

POSTOJOVÁ ZMENA

PSY 708 – Sociálna psychológia II

Masarykova Univerzita

Fakulta sociálnych štúdií

2007

Ing. Milan Kabát, Pavla Matoušová, Pavel Šťastný

Čo sú to postoje:

- **stála evaluácia osôb, objektov a myšlienok**

- postoje sú evaluáciou v tom zmysle, že obsahujú pozitívnu alebo negatívnu reakciu na niečo

- **pozostávajú z:**

- afektívnej časti

- *emocionálna reakcia na objekt postoja*

- kognitívnej časti

- *naše myšlienky a názory o objekte postoja*

- behaviorálnej časti

- *činnosť alebo pozorovateľné správanie smerom k objektu postoja*

Pôvod postojov:

■ genetický pôvod

- niektoré postoje sú nepriamou funkciou genetickej výbavy
 - *postoje sú zviazané s naším temperamentom a osobnosťou, ktoré sú priamo viazané na gény (príklad identických dvojčiat)*
(Tesser, 1993)

■ sociálny pôvod

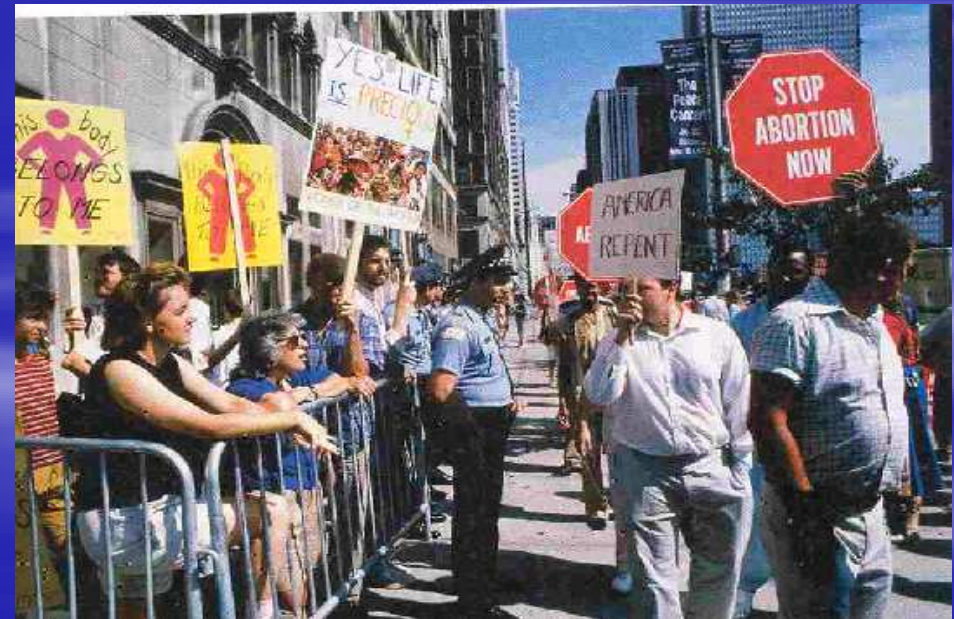
- postoje sú do veľkej miery tvorené sociálnou skúsenosťou
 - *hoci všetky postoje majú afektívnu, kognitívnu a behaviorálnu komponentu, každý postoj môže mať pôvod v inej z týchto komponent*
(Zanna, Rempel, 1988)

Postoje s kognitívnym základom:

- vychádzajú:
 - z poznania a presvedčenia o vlastnostiach objektu
 - z relevantných faktov
- ich účel je:
 - ohodnotenie objektu
 - *klasifikácia plusov a mínusov vlastností objektu*
 - *klasifikácia možnej odmeny / trestu súvisiacich s objektom*

Postoje s afektívnym základom:

- vychádzajú:
 - z emócií a pocitou súvisiacich s objektom
 - z ľudských hodnôt – náboženská viera a morálne hodnoty
 - z výsledkov senzorickej alebo estetickej reakcie – chuť čokolády
 - z podmieňovania:
 - *klasické podmieňovanie*
 - *operantné podmieňovanie*
- charakteristika:
 - nepochádzajú z racionálneho hodnotenia vecí
 - nie sú riadené logikou
 - sú zviazané s ľudskými hodnotami



Afektívne postoje vzniknuté podmieňovaním:

- klasické podmieňovanie



- operantné podmieňovanie



Postoje s behaviorálnym základom:

- vychádzajú:
 - z pozorovania správania seba samého smerom k objektu
- sebepercepčná teória (Bem, 1972)
 - za určitých okolností ľudia nevedia ako sa cítia kým nevedia ako sa správajú, napr. nové situácie
- charakteristika:
 - postoje sú riadené viac zo správania ako z myslenia alebo pocitov
 - ľudia si vytvárajú postoje na základe ich chovania iba za určitých okolností

Intenzita a dostupnosť postojov:

■ intenzita postoja

- závislosť na genetických predpokladoch (Tesser 1993)
 - *čím dedičnejší postoj, tým silnejší*
- dôležitosť postoja
 - *čím dôležitejší postoj, tým silnejší*

■ zmena postoja

- čím je postoj silnejší, tým je odolnejší voči zmene

■ dostupnosť postoja – meranie intenzity postoja

- sila asociácie medzi objektom a hodnotením tohoto objektu osobou
- je daná rýchlosťou akou môže človek vypovedať o pocitoch k danému objektu
- čím vyššia dostupnosť, tým menšia pravdepodobnosť zmeny postoja

Zmeny postojov – hlavné vplyvy:

- zmenou správania
- presvedčovaciou komunikáciou
- vplyvom emócií

Zmena postoja zmenou správania:

- vychádza z kognitívne disonančnej teórie
 - ak sa človek správa v rozpore so svojím postojom
 - *hľadá externé ospravedlnenie tohoto správania*
 - *ak nenájde externé ospravedlnenie hľadá interné ospravedlnenie, t.j. zblízuje svoj pôvodný postoj a správanie, ktoré sú v rozpore, tak dochádza k zmene postoja*
 - obhajoba opačného postoja (counter-attitudinal advocacy)
 - *ak sú ľudia nútený zastávať verejne názor alebo postoj, ktorý je v rozpore s ich súkromným postojom*
 - *ak sa to deje za minimálneho vonkajšieho (externého) ospravedlnenia, zmení sa ich postoj smerom k verejnému prehláseniu*

Zmena postoja presvedčovaciou komunikáciou:

- vychádza z prístupu definovaného Hovlandom a spol. Na Yalskej univerzite (Yale Attitudes Change approach 1953):
 - zdroj komunikácie - KTO:
 - *kredibilita hovorca*
 - *atraktivita hovorca*
 - podstata komunikácie – ČO:
 - *presvedčivejšie sú informácie vyzerajúce byť nevytvorené na presvedčovanie*
 - *lepšie je použiť dvojstrannú komunikáciu ako jednostrannú ak máme presvedčivé argumenty na vyvrátenie protinázoru*
 - *primacy / recency effect – je lepšie argumentovať ako prvý alebo posledný v závislosti od podmienok, kedy si poslúchajúci má čas vytvoriť vlastný názor*
 - povaha publika – KOMU:
 - *vyrušované publikum je náchylnejšie k zmene postoja*
 - *ovplyvniteľnejší sú ľudia s nižšou inteligenciou, a ľudia so strednou sebaúctou*
 - *ovplyvniteľnejší sú ľudia medzi 18 až 25 rokmi života, starší sú ťažšie ovplyvniteľný*

Centrálne a periférne dráhy presviedčania:

- vychádza z modelu pravdepodobného spracovávania (elaboration likelihood model)
(Petty a Cacioppo, 1986, Petty a Wegener, 1999)
- dve dráhy presviedčania:
 - centrálna dráha presviedčania
 - *ak majú ľudia možnosť a aj motiváciu pozorne sledovať argumenty presviedčania*
 - *ide o pozorné spracovávajú argumentov, t.j. počúvanie a premýšľanie o argumentoch*
 - *rozhoduje sila argumentov*
 - periférna dráha presviedčania
 - *ak ľudia nespracovávajú argumenty presviedčania – napr. slabá motivácia*
 - *ide o vnímanie vedľajších informácií – napr. atraktivita hovorca*

Motivácia venovať pozornosť argumentom:

- závisí od osobnej relevancie témy
 - čím je téma viac relevantná, tým väčšiu pozornosť jej venujeme
- závisí od miery vplyvu na osobnú pohodu (well-being)
 - čím má téma väčší vplyv na našu pohodu, tým viac pozornosti jej venujeme
- ak je väčšia motivácia venovať téme pozornosť
 - viac sa realizuje centrálna dráha presvedčania
 - ovplyvňuje ich presvedčivosť argumentov
- interpersonálne rozdiely – potreba poznávania (need for cognition)
 - motivácia venovať pozornosť argumentom závisí aj od osobnosti človeka

Schopnosť venovať pozornosť argumentom:

- čo znižuje schopnosť pozornosti:
 - vonkajšie podmienky – hluk
 - vnútorné podmienky – únava
 - téma samotná – komplexnosť témy
- ak sú ľudia neschopní venovať dostatočnú pozornosť argumentom
 - periférna dráha presviedčania
 - ovplyvňujú ich viac periférne záležitosti

Časová trvácnosť postojovej zmeny:

- **centrálna dráha presviedčania**
 - ľudia, ktorí dospeli k postoju pozornou analýzou argumentov
 - správanie konzistentné podľa daného postoja
 - postoj resistantný voči ďalšiemu presviedčaniu
 - dlhodobá stabilita postoja
- **periférna dráha presviedčania**
 - ľudia, ktorí dospeli k postoju periférnymi informáciami
 - správanie menej konzistentné s postojom
 - postoj náchylný na zmenu
 - slabá stabilita postoja

Vplyv emócií na postojovú zmenu:



- vplyvom na emócie upútavame pozornosť
- vplyv na dráhu presvedčania
 - ľudia s dobrou náladou
 - majú tendenciu k zmene periférnou dráhou presvedčania
 - znížená pozornosť - nechcú sa venovať aktivitám, ktoré by mohli ohroziť ich náladu
 - ľudia so smutnou náladou
 - majú tendenciu k centrálnej dráhe presvedčania, vnímajú argumenty
- emócia strachu (použitá pri vyvolávaní strachu komunikáciou fear-arousing communication)
 - stredne vysoký strach vedie k zvýšeniu pozornosti, čo podporuje vnímanie argumentov a tým vedie k centrálnej dráhe presvedčania

Použité zdroje:

Textová část:

- Aronson, E., Wilson, T. D., Akert, R. M. (2004) *Social Psychology*. New Jersey, Prentice-Hall.
- Aronson, E., Wilson, T. D., Akert, R. M. (2005) *Social Psychology*. New Jersey, Prentice-Hall.

Obrázky:

- Aronson, E., Wilson, T. D., Akert, R. M. (2005) *Social Psychology*. New Jersey, Prentice-Hall.
- www.recepty.vareni.cz