

POLITICKÁ KOGNICE

POL363 19. 10. 2016

Kognice

- Jak lidé zpracovávají informace a jak rozumí okolnímu světu
- „Kolektivní výraz pro psychologické procesy zapojené do získávání, organizace a nakládání s informacemi a znalostmi“ (Bullock a Stallybrass 1977:109)
- Filozofie mysli, rozhodování a standardní politická psychologie chápou jako vědomé procesy, které jsou kontrolované, souvisí se znalostmi
- Kognitivní věda rozšiřuje pojetí i o nekontrolovatelné reflexivní a automatické procesy

Limity kognitivních schopností

- Především paměť a pozornost
- Vědomé zpracování pouze zlomku stimulů
- Ty jsou objektem krátkodobé paměti (pracovní paměť, STM)
- STM = zpracovává 7 ± 2 kusy informace (Miller 1956)
- Omezená pozornost
- Více úkolů = redukce pozornosti
- Invisible Gorilla Test
 - <https://www.youtube.com/watch?v=FWsXSQsspiQ>

Paměť

- Jsou-li některé objekty aktivovány v STM často, dostanou se do LTM
- Vzpomínky v LTM (uzly) propojeny v asociativní síti
- Automatická aktivace vzájemně propojených konceptů
- Síla asociace se liší
- Vybavování si objektů v LTM problematické
- Řada konceptů není snadno dostupná

Zaller a Feldman 1992

- Lidé nemají konsistentní postoje (Converse 1964)
- Je to tím, že jsou hloupí a nemají postoje???
- V paměti celá řada informací, které jsou protichůdné
- Lidé odpovídají na základě toho, co si momentálně vybaví
- Vybaví si to, co bylo aktivní v nedávné minulosti
- Neznamená to, že by neměli postoje
- Postoje nejsou unitární koherentní a fixní koncept

Chyby paměti

- Ansolabehera a Iyengar: experimenty s vlivem reklamy na voliče
 - Omezená paměť subjektů v experimentu
 - 50 % si ji nepamatovalo
- Vavreck 2007
 - Subjekty v kontrolní skupině naopak reportovaly, že reklamu viděly

Jaká je role paměti při utváření postojů?

- Dva modely
 - Memory based model hodnocení
 - On-line model hodnocení

Memory based hodnocení

- Zaller a Feldman 1992
- Lidé se spoléhají na informace uloženy v paměti
- Hodnocení subjektu na bázi info v LTM
- Souhrnné hodnocení
- Hodnocení subjektů pouze pokud se to vyžaduje (volby)

On-line hodnocení

- Hodnocení probíhá neustále
- Každá nová info je on-line zahrnuta do hodnocení subjektu
- Pamatujeme si naše hodnocení
- Samotnou informaci zapomeneme
- Normativní důsledky
- Lodge, Steenenberg a Brau 1995
- Individuální rozdíly v zapojení on-line procesu (need to evaluate, měření pomocí introspektivních otázek) (Tormala a Petty 2001)

Hybridní model?

- Jsou memory a online modely navzájem protichůdné?
- Důkaz, že voliči zapojují oba modely
- Kim a Garrett 2011: sledují hodnocení kandidátů v debatě v reálném čase
 - Online procesy dominantní
 - Zapojeny ale i paměťové procesy
 - Paměť intervenuje do celkového hodnocení a volby v momentě, kdy jsou info dostupné v paměti v rozporu s online hodnocením
 - Je-li hodnocení konsistentní paměť nehraje roli

Neinformovaní voliči

- Kognitivní limity
- Motivační limity
- Většina voličů má nízkou míru znalostí politického prostředí, nezajímají se o témata
- Neinformovanost je racionální (Downs 1957)
- Demokratický deficit
- Jak mohou občané participovat, mít názory a rozhodovat se?

Heuristiky v politice

- Lidé svůj nedostatek znalostí řeší pomocí kognitivních zkratk
- Původní výzkum Kahneman a Tversky 1974: heuristiky a ZKRESLENÍ
 - Dostupnost, podobnost, ukotvení
 - Lidé používají heuristiky ke zjednodušení rozhodovací situace, vede k chybám v úsudku
- Politologie přebírá koncept heuristiky ve významu pomůcky, která lidem pomáhá orientovat se v příliš komplexním politickém prostředí
- Hlavní boom optimismu v 90. letech 20. století
- Koncept pomáhá překonat problém neinformovanosti

Heuristiky v politice

- Racionalita s nízkou mírou informace, intuitivní racionalita (Popkin 1991)
- Voliči nemusí vědět vše, vystačí si s málem
- Popkin předpokládá, že důležité informace lidé získávají v každodenním životě, z médií, od ostatních lidí, z kampaní, inof o kandidátech
- Sniderman a Brody: Likeability heuristice (heuristika sympatičnosti)
 - Na základě toho, jak mám rád skupiny usuzuju o tom, jaký mají postoj k tématům
 - Je nutné mít ale postoj

Heuristiky

- Lupia 1994: kalifornské referendum
 - Referendum o změně pojištění automobilů
 - V dotazníkovém šetření zjišťoval znalosti a volbu
 - Relativně informovaní voliči volí stejně jako úplně informovaní voliči
- Silné argumenty pro heuristiky jako nástroj překonávání knowledge gap
- ALE! Je rozhodování na základě heuristiky opravdu dobré?
- Skepse po vzoru Kahnemana a Tverskyho: Kuklinski a Quirk zpochybňují užitečnost heuristiky
 - Kvalita rozhodnutí se nezvyšuje. Lidé nedisponují informacemi, aby je mohli skutečně efektivně použít. Často nejsou dostupné

Heuristiky

- Bartels 1996
 - Simulace šesti prezidentských voleb tak, jako kdyby byli voliči plně informovaní
 - Statistická simulace, velmi zjednodušující
 - Kvantitativní odhady efektu informovanosti
 - ANES data
 - Rozdíly ve výsledcích voleb
 - Efekty informace především v některých demografických skupinách
 - Heuristiky (*as if fully informed voters*) nefungují
 - Nedochozí k vynulování zkreslení výsledků na agregované úrovni

Švédsko

- Oscarsson 2007:
 - Replikace Bartels 1996
 - Volby 1985-2002
Neinformovanost voličů má politické důsledky
 - Zřejmě by plná informovanost voličů vedla k jiným složením vlád v některých volebních obdobích
 - Agregované zisky pravice o 2, 1 procentního bodu v průměru vyšší
 - Skeptický pohled na heuristiky

Lau a Redlawsk 2006

- Experimenty pomocí Dynamic Process Tracing Environment
 - Skupinový endorsement
 - Stranické a ideologické zkratky
 - Osobní stereotypy
 - Životnost (průzkumy)
- Experti dokážou využít heuristiky ke správné volbě (paradoxně)
- Nesofistikovaným voličům jsou k ničemu
- Experti = ideologie a endorsement, Neinformovaní voliči = stranictví a vzhled
- Role informačního prostředí
- Correct vote (operacionalizace informovaného rozhodnutí)

Kognitivní konzistence

- Kognitivní disonance (Festinger 1957)
 - Přirozená tendence konzistence mezi postoji a chováním
 - Disonance = psychologické pnutí, snaha se mu vyhnout
 - Pokud je disonance – snaha ji eliminovat (konsonance)
 - Změna postoje nebo chování
 - Kognitivní strategie jako trivializace
 - Redukce konfliktu
 - Zkreslení nebo popření informace
- Oživení přístupu v teorii motivovaného uvažování (Kunda 1990)
 - Motivace = přání a preference toho, jaký by měl být výsledek uvažování
 - Zkresluje výsledky uvažování, přemýšlení, dojmů a hodnocení atd.
 - Dva typy motivů: Motivy přesnosti (accuracy) a směru (directional)

Motivované politické uvažování

- Taber a Lodge (2005, 2006, 20013)
- Všechno politické uvažování je motivované směrově
- Hlavní motivace = zachovat si původní postoje
- Model je afektivní, vše vychází ze základních emocionálních reakcí

Motivované politické uvažování

- Efekt původního postoje
 - Snaha zachovat si původní postoj
 - Původní postoje považovány za přesvědčivější než protichůdné informace
 - Resistance ke změně
 - Např. Lewinsky aféra, podpora prezidentů v USA
- Disconfirmation bias
 - Znehodnocování kontra-argumentů
 - Snaha o vyvracení nekonsistentních argumentů
- Confirmation bias
- Selektivní expozice
- Výsledkem motivovaného politického uvažování je: postojová polarizace
- Důsledky????

Implicitní kognice

- Aspekt Systému 1 (typu 1)
- Nevědomé procesy, nevědomé postoje a evaluace
- Explicitní kognice – mentální operace vyššího řádu, vědomé myšlení, racionalizace, mentální energie a soustředění
- Implicitní kognice – nevědomé kognitivní procesy, na bázi automatických asociací, ovlivňují vědomé kognitivní procesy, postoje, chování

Implicitní kognitivní procesy

- Většinu informací zaprodáváme automaticky a nevědomě
- Automatické procesy:
 - Spontánní
 - Nekontrolovatelné
 - Málo kognitivního úsilí
 - Nevyžadují pozornost
- Automatické procesy ovlivňují naše myšlení i chování zcela nevědomě
- Olson, Fazio: automatické pozitivní nebo negativní postoje ke kresleným postavám
- Typický je efekt primingu: dochází k automatickému spuštění některých konceptů, které ovlivní naše postoje nebo chování
- Florida experiment

Měření implicitních postojů

- Response latency
- IAT (Implicit Attitude Test)
- Affective priming