

VI. KAPITOLA: SOCIÁLNÍ PERCEPCE

Teorie sociální percepce

klade na první místo v procesu vnímání sociální zkušenost jedince a obecně sociální faktory.

(je zde zásadní rozdíl od teorií kladoucích důraz na neurofyziologické základy percepčního mechanismu, které se soustřeďují především na stav receptorů individua a na vlastnosti vnímaných objektů).

- V důsledku existence sociálních faktorů, sociální zkušenosti nevidíme „věci o sobě“, ale máme tendenci vnímat to, co **konvenuje našim potřebám a očekáváním.**
- Percepce a interpretace skutečnosti je určována aktuálními motivy, respektive **zkušeností a formuje se v průběhu sociálního vývoje jedince.**

Věříme tomu, co vidíme.

- Je tomu tak proto, že rozvíjíme stále stejné percepční dovednosti, které nás vedou ke shodě na „objektivní realitě“.
- Radikální skeptici trvají na tom, že není jasné zda máme nejmenší důvod předpokládat, že existuje cokoliv jako **společná zkušenost**.
- **Vizuální zkušenost může být dána čímsi, co si jiní nedovedou představit.**

VI.1. SELEKTIVITA JAKO JEDEN Z KLÍČOVÝCH PERCEPČNÍCH MECHANISMŮ

- Pod termín selektivní percepce můžeme zahrnout percepční mechanismy, které jistým způsobem **ovlivňují, posouvají či zkreslují** původní informace.
- Tyto mechanismy, ale nefungují uniformě u každého individua.

Existují tři základní teorie vysvětlující percepční mechanismus, respektive selektivitu při vnímání.

1/ **teorie učení** - která vychází z představy, že jsme **racionálními živočichy**, kteří svá rozhodnutí činí na **základě nejlepších informací**, které jsou k dosažení

2/ **teorie konzistence** (resp. teorie kognitivní disonance), která vychází z toho, že jsme **racionalizující a ne racionální živočichové**, a proto reagujeme většinou na sdělení tak, že se při jeho přijímání nebo nepřijímání **snažíme vždy ospravedlnit a ochránit naše již existující mínění, postoje a chování**

3/ **funkcionální teorie** - předpokládá, že přijímáme nové postoje v situaci, **kdy naplňují nějakou naši potřebu, respektive, že udržujeme své postoje do té doby dokud jsou pro nás užitečné.**

TYTO TEORIE SE NEVYLUČUJÍ, ALE PŘEDSTAVUJÍ TŘI RŮZNÉ ZPŮSOBY VYSVĚTLENÍ REAKCÍ NA PODNĚT (V NAŠEM PŘÍPADĚ MEDIÁLNÍHO PUBLIKA).

**A/Selektivní expozice, B/ selektivní pozornost,
C/ Selektivní percepce, D/ Selektivní retence
(SCHEMA)**

- A/ Některé informace, které jsou jednoznačně nepřijatelné nepřipustí individuum hned na počátku
- B/ V případě mixu přijatelných a nepřijatelných sdělení věnuje pozornost pouze přijatelným
- C/ Pokud projde informace dále nastupuje selektivní percepce při vlastním dekódování sdělení
- D/ Pokud ani v tomto případě není selektivní informace zastavena nastupuje mechanismus selektivního vybavení.

A/SELEKTIVNÍ EXPOZICE

- je tendence individua vystavit se takové komunikaci, která je v souladu s jeho postoji. Tedy více či méně vědomě unikat sdělením s nimiž nesouhlasí a naopak. Protikuřáckou kampaň nejvíce sledují nekuřáci.

TEORIE KOGNITIVNÍ DISONANCE

Pojem selektivní expozice je jednou z hlavních derivací Festingerovy teorie kognitivní disonance.

Stav kognitivní disonance nastává tehdy, když je jedinec nucen zastávat současně dva či více názorů, postojů či mínění, které jsou ve vzájemné opozici. Teorie kognitivní disonance tvrdí, že:

Když se jedinec ocitne v situaci, kdy je nucen jednat veřejně, tak, že je to v rozporu s jeho vnitřními postoji a představami, **zakouší v této situaci stav disonance jako psychické nepohody.**

- **Teorie kognitivní disonance vychází z toho, že individua se**
 - 1/ pokoušejí zbavit disonantních pocitů,
 - 2/ mají tendenci aktivně se vyhýbat takovým informacím, které produkují disonanci. Tomu slouží mechanismus

■ **SELEKTIVNÍ EXPOZICE**

Stav disonance tlačí individuum k rychlé změně, aby se zbavilo tohoto nepříjemného pocitu. Individuum může

A/ přestat kouřit nebo

B/ naopak vytěsnit důvěryhodnost informace o tom, že kouření vede k rakovině.

Pokud to není možné, musí hledat **doplňující ospravedlnění pro původní postoj** např. přesvědčit se, že zisk plynoucí z kouření je pro něho mnohem důležitější než potenciální nebezpečí z rakoviny.

Vyřešit takovou situaci duševní nepohody znamená **změnit vlastní postoj tak, že jej konformizujeme s veřejným chováním**, tzn., že musíme najít materiál pro racionalizaci nechtěného postoje.

- Hypotéza selektivní expozice má dvě komponenty. Předpokládá, že:

1/ se budeme **aktivně vyhýbat** či **budeme méně vnímaví k informacím**, jež jsou v **opozici** vůči našim postojům, míněním, chování

2/ budeme **vyhledávat takové informace**, které **podporují naše postoje, mínění a chování**.

- Pokud by tato hypotéza platila, pak by to znamenalo, že
- **jakákoliv persvaze, jakékoliv mediální působení se setkává s již přijatými a schválenými postoji.**
- **Účinkem by pak mohlo být pouze posílení stávajících postojů (J. Klapper).**

Současný výzkum se soustřeďuje na analýzu podmínek, kdy budou opozitní informace vyhledávány či preferovány před informacemi, které potvrzují námi držené postoje:

- 1/ pokud půjde o význačnou **novou informaci jejíž vysoká hodnota je předpokládána (očekávání)**. Dále hraje roli zábavnost informace a osobní relevance pro publikum
- 2/ pokud je informace vnímána jako **užitečná pro řešení problémů**
- 3/ pokud si je člověk **jistý ve svých postojích** a neobává se jejich zpochybnění
- 4/ lidé se nevyhýbají nepříjemným informacím pokud se **nacházejí v situaci, ve skupině, kde je otevřenost vysoce hodnocenou kvalitou**
- 5/ naopak vyhýbají se takovým informacím, které je **jednoznačně podporují** v jejich pozici, a to pokud se v této **pozici necítí jistí**

B/ SELEKTIVNÍ POZORNOST

- je takový proces, při kterém věnuje jedinec **pozornost jen těm částem sdělení, které jsou v souladu s jeho míněním** a snaží se vyhnout protichůdným sdělením. Jde o situace, kdy jedinci nejsou schopni dopředu posoudit, zda budou percipovaná sdělení v souladu s jejich postoji.
- Na rozdíl od **selektivní percepce** jde o parciální proces, při kterém **nedochází k hlubšímu zpracování** a vyhodnocení informací. Vymazávání pozornosti při sledování násilných scén na TV obrazovce.

C/ SELEKTIVNÍ PERCEPCE

je psychický proces, při kterém jedinec „vypíná“ vědomou pozornost pokud je vystaven situaci, kdy dostává sdělení, která odporují jeho postojům a naopak „zapíná“ pozornost v opačném případě.

Nejpodstatnější charakteristikou tohoto psychického procesu je skutečnost, že v rámci této „nepozornosti“ ale aktivně/nevědomě přepracovává sdělení k „obrazu svému“.

EXPERIMENT (G. Allport - Postmann L.: The Basic Psychology of Rumor, 1945)

Studie orientovaná na téma šíření pomluvy. Pokusili se ilustrovat jak se průběhu sociálního sdílení a šíření informace proměnilo verbální sdělení tak, aby odpovídalo existujícímu povědomí a postojům.

DESIGN VÝZKUMU

Skupině respondentů byl předveden obrázek ostré hádky mezi černým a bílým mužem, na kterém drží běloch v ruce břitvu a ohrožuje Afroameričana. Probandi měli tento obrázek popsat další skupině respondentů, kteří jej měli popsat dalším atd.

V průběhu následných postupujících komunikačních kontaktů se břitva postupně přesunula z ruky bělocha do ruky Afroameričana.

- **Materiál, který neodpovídá percepčním zkušenostem individua musí být přepracován tak, aby odpovídal jeho osobním potřebám a zájmům.**
- **To, co bylo vnější stává se vnitřním, co bylo objektivním stává se subjektivním.**

D/ SELEKTIVNÍ RETENCE (znovu/vybavení)

je tendence individua znovu si vybavit pouze ty informace, které jsou v souladu s jeho potřebami, postoji a dalšími psychologickými charakteristikami.

Jde o to udržet v paměti v aktuálním a vyvolatelném stavu ty informace, jež posilují názory individua a vytěsnit ty, jež jsou mu nepříjemné.

EXPERIMENT: (JONES, KOHLER, 1958)

DESIGN VÝZKUMU

Dvě skupiny:

a/ stoupeni segregace Afroameričanů

b/ její odpůrci

Dostaly za úkol naučit se výroky, které byly:

a/ jednak ostře protičernošské

b/ a jednak proti apartheidu, pro rasovou rovnost.

Následně byla testována schopnost jak si jednotliví členové obou skupin byli schopni vybavit jednotlivé výroky.

„Segregacionisté“ jednoznačně lépe vybavovali ty výroky, které konvenovaly s jejich protičernošskými postoji.

KULTURNÍ OČEKÁVÁNÍ

Percepci formuje předchozí zkušenost a ovlivňuje ji **sociální očekávání, motivace a potřeby, nálady a postoje.**

EXPERIMENT:

Dvě skupiny dětí mezi 7-9 lety:

a/ z nejnižších soc. vrstev/

b/z nejvyšších soc. vrstev

Dostaly za úkol nakreslit mince (od dvoucentu až po půldolar).

Výrazně větší rozměr připsaly jednotlivým mincím děti z nejnižších vrstev.

Jde o příklad přecenění sociálního faktu.

EXPERIMENT:

Probandi dostali v temné místnosti dva výstřižky ze stejného materiálu a stejné barvy (zelené):

„list jabloně“ a „oslíka“.

Oba výstřižky nasvíceny červeným kaširovacím světlem, které překrylo původní barvu.

Respondenti byli dotázáni

A/ „Zda jsou oba výstřižky stejně barevné?“

B/ „O jakou intenzitu barvy jde?“

Jako „zelenější“ byl vnímán „list“.

U „oslíka“ byl zdůrazňován odstín „do šeda“.

Co člověk vnímá a jak to vnímá je dáno jeho základním zacílením.

Klíčovou roli zde hraje očekávání, ve kterém lze určit čtyři funkce:

a/ fixaci

b/ organizaci/

c/selektivitu

d/ akcentaci

- 1/ fixace očekávání - list je podle paměti popisován jako zelený, oslík jako šedý
- 2/ organizace očekávání - preference kontur u obou výstřižků
- 3/ selektivita očekávání - z míry možných očekávání se uplatnilo jen jedno vedoucí k závěru o možných barvách
- 4/ akcentace očekávání - výsledkem je, že dominoval určitý způsob vnímání

EXPERIMENT (*McClelland a Atkinson, 1948*)

DESIGN VÝZKUMU:

- V rámci přijímacího řízení na námořní školu – kurs pro námořníky na ponorce. Jako součást testů prověřována i schopnost zvládnout alimentární deprivaci.
- *Vytvořili tři skupiny - jedna hladověla 16 hodin, druhá 4 a třetí hodinu. V průběhu hladovění museli probandi identifikovat na plátně objekty, které jim byly údajně promítány. Dostávali takové instrukce jako: “na plátně jsou tři objekty, popište je”.*
- S narůstající dobou hladovění stoupal počet „viděných objektů, které souvisely s potravou“.

EXPERIMENT (Bagby, 1957) DESIGN VÝZKUMU

Dvanáct partnerských amerických párů a 12 mexických párů. Vyjma jediného žádný nikdy neopustil zemi, kde dlouhodobě žily i jejich rodiny.

Každé dvojici promítnuto deset párů diapositivů, které zobrazovaly jednu aktivitu typickou pro:

A/ (severo) americkou kulturu (např. baseball)

B/ pro mexickou kulturu (býčí zápasy).

Po 60s expozici každé dvojice obrázků byli respondenti dotázáni co viděli.

(Dominance jednotlivých očí byla eliminována randomizací)

Při experimentu byly použity speciální prizmatické brýle, které umožňují vysílat na každé oko jiný obraz.

*(U většiny lidí je to tak, že v **případě komunikace** dvou obrazů současně, vidí pouze jeden nebo občas mix obojího. To ovšem až po té co vidí jeden z obrázků samostatně).*

Projevila se jednoznačně preference obrázků z vlastní kultury.

latu kolegů z ně-
ufthansa, je klí-
taschopnost za-
nizace doprav-
PA zaslala v pon-

i přes probíhající privatizaci v ru-
kou státu. Další podmínka: piloti
získají majetkový podíl ve společ-
nosti formou zaměstnaneckých akci-
cií. Lidovým novinám to potvrdilo
několik nezávislých zdrojů obezná-

mených s vyjednáváním. Prezident
pilotů – odborářů Filip Gaspar pří-
pustil, že tyto požadavky vznesli.
Odmítl je ovšem blíže specifikova-
vat: „Nechceme se k této záležitos-

ti vyjadřovat předtím, než obdrží-
me na dopis odpověď od vlády.“

Požadavkem na přiděl akcií pilo-
ti překvapili ministra financí Eduar-
da Janotu, který o podobném kroku

kách České pojišťovny (4,33 pro-
centa), dále pak pražského magistra-
tu (2,94 procenta), bratislavského
magistrátu (0,98 procenta) a sloven-
ského Fondu národního majetku
(0,24 procenta). Slováci již vyjedná-

Lisabon stejně nepodepíšu, řekl prý Klaus

Klaus nebude vlá-
dně ratifikace
avy nic slíbovat.
prezidentův tajem-
na nedávnou otáz-
je Klausova pod-
ě tou poslední“.
ěd teď zamotala

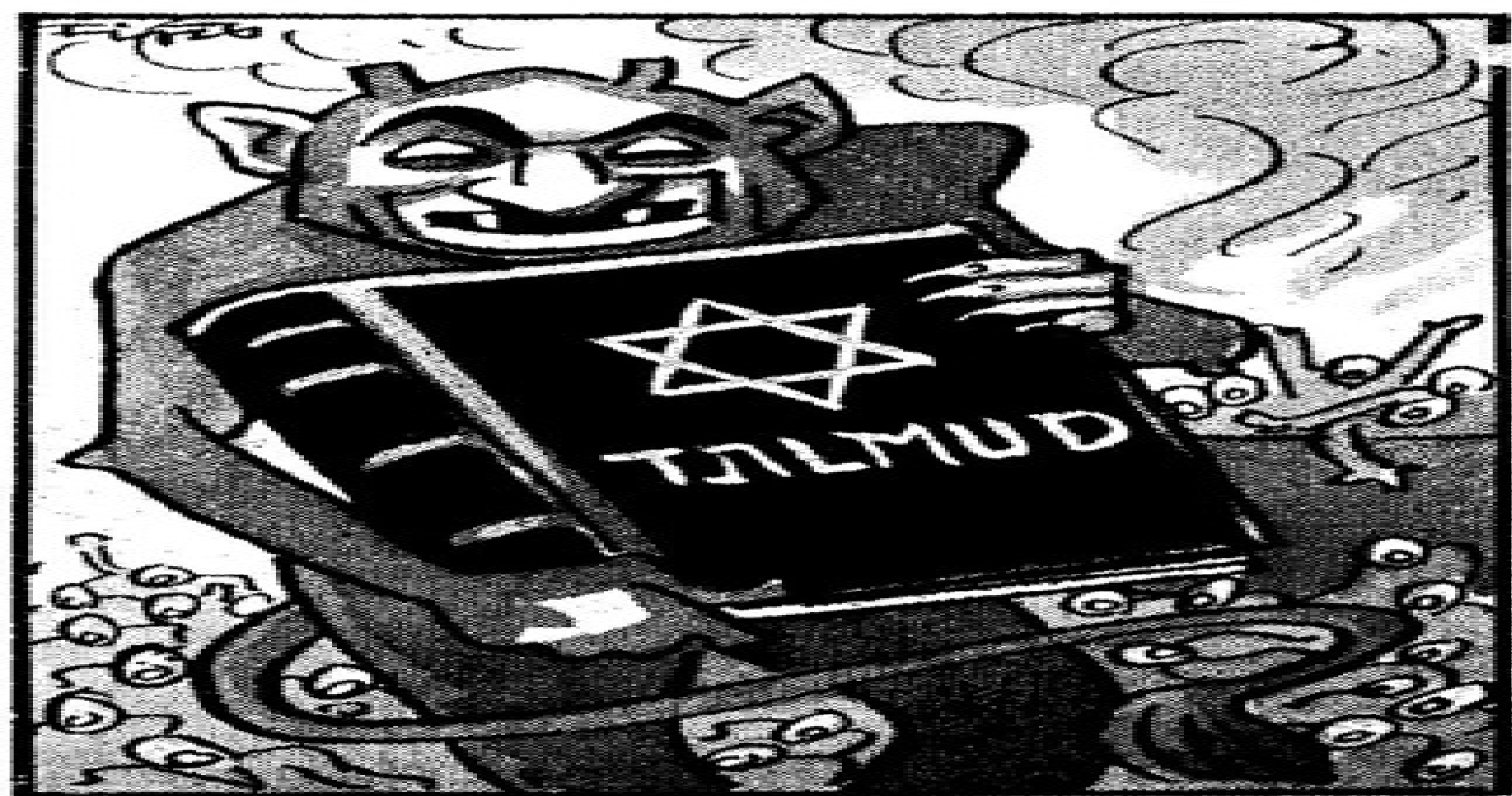
čerejška se v brit-
Times objevila in-
us v kruhu svých
prohlásit, že „Lis-
nepodepíšu“. Re-
le během dne při-
cí získal z „druhé
měl uvést o víken-
pardubické.

tvrzením přišel na
informací i jeden
ěmeckých deníků
o stejně nepodepí-
ý Klaus již počát-
vštěvě saského pre-
a Tillicha v Praze.
ropské komise José
o schůzce s premié-
cherem vyzval Pra-
a schvalování Lis-
y další „umělé pře-
no také pohrozil, že
blika nemusela mít
isaře. Protože „jedi-
a, jak to zaručit, je
lisabonskou smlou-



Nucené úsměvy. Český premiér Jan Fischer předsedu Evropské komise Josého Barrosa Klausovými požadavky k Lisabonu nepotěšil.

Foto ČTK/AP



**Der Teufels Rezeptbuch
Jingends gelobt, — aber erprobt.**

Vizuální zpracovaná mýtu o spojení Židů s ďablem *Der Stürmer* (č. 28/1938.). Popisek:
„Ďablova kniha receptů. Všude neoblíbená, – leč prověřena.“

Jaber



1475 am Grünen Donnerstag war das Kindlein Simon 2 1/2 Jahr alt von den Juden umbracht



Mědirytina z 18. století, vyobrazení z mostecké věže ve Frankfurtu. Židovska žena vlevo obcuje s kozou za přihlížení d'abla. Dva muži obcuji se svini, zatímco židovské dítě saje její mleko. Horní část - motiv rituální vraždy Simona z Trentu

Jew



face

jewface.us



Satan Mammon



Es hat der Teufel viele schon bestochen / Auf seinen Reim ist Klein und Groß gekrochen
Er macht auch nicht vor Klostermauern halt / Denn wer ihn nicht durchschaut, verfällt ihm allzubald

Stereotypizace: „Spojenectvi s d'ablem“ a „korupce penězi“
Der Sturmer (č. 22/1935, Žid se znetvořenou tvaří vystupuje jakožto d'abel, pokušitel, snažící se zkorumpovat čistou křesťanskou duši nabídkou sáčku s penězi s popisem „devizy“.

DE EEUWIGE JGGS



MUSÉE
DES
HORREURS

n:6



EXPERIMENT (Toch, Schulte, 1961)

DESIGN VÝZKUMU

- *Položili si otázku, zda ti, kteří se dnes a denně setkávají s násilím - pracovníci kriminální policie - budou při jeho vnímání citlivější, respektive zda jej budou vidět i v situacích, kde jej ostatní nevidí.*
- Následně je srovnali se studenty prvního ročníku psychologie. Oběma skupinám byl promítnut film kombinující násilné, agresivní i neutrální scény.
- **Policisté viděli – popisovali „viděli“ dvakrát tolik násilných scén.**

EXPERIMENT (Lucas, 1945) **DESIGN VÝZKUMU:**

Vybraní jedinci byli hypnózou uvedeni do dobré nálady a bylo jim promítnuto šest obrázků, které měli popsat. Pak dostali v hypnóze příkaz na tyto obrázky zapomenout a byli uvedeni do depresivní nálady. Následně jim byli promítnuty tytéž obrázky a měli je znovu popsat.

Popisy stejných obrázků v odlišných psychických situacích byly výrazně odlišné, a to v závislosti na náladě.

EXPERIMENT (Meadowcraft a Zillmann, 1987)

Prokázali, že výběr televizního žánru koreluje s fází menstruačního cyklu (v premenstruační fázi volily ženy z nabídky statisticky významně častěji drama a naopak nejméně často komedie).

POLITICKÁ KARIKATURA PROTI PŘEDSUDKŮM (Jahoda–Cooper, 1947)

**Analýza efektivity karikatur zaměřených proti
předsudkům.**

Jako hlavní hrdina karikatur vystupoval Mr. Biggott,
který se **vyskytoval v situacích, kdy se předsudky
jevily jako směšné.**

Vzorek čítal 160 bílých nežidovských dělníků.

ZÁKLADNÍ ZJIŠTĚNÍ EXPERIMENTU

Dvě třetiny z respondentů sadu karikatur (kampaň) vůbec nepochopilo. Někteří dokonce tvrdili, že cílem bylo legitimovat předsudek.

Chápali smysl karikatur tak, že de facto ujišťoval ostatní, aby si klidně drželi své předsudky podle logiky „jiní je mají také“.

Nejlépe rozuměli karikaturám ti, kteří předsudeční nebyli, nejhůře naopak ti nejpředsudečnější.

JAKO KLÍČOVÝ DŮVOD NEÚSPĚŠNOSTI
KAMPANĚ BYL IDENTIFIKOVÁN

**STRACH Z NESOUHLASU REFERENČNÍ
SOCIÁLNÍ SKUPINY.**

PŘESNĚJI OČEKÁVÁNÍ NESOUHLASU

Zesměšňování předsudků není efektivní ve vazbě na silně
držené postoje. Satirické karikatury jsou percipovány na
základě vlastních postojů.

**LIDÉ S PŘEDSUDKEM VNÍMAJÍ V
KARIKATURÁCH SVÉ VLASTNÍ POSTOJE.**

- **ZÁVĚRY JEDNOTLIVÝCH STUDIÍ NAZNAČUJÍ, ŽE 1/5 - 1/3 RESPONDENTŮ JE IMUNNÍ VŮČI UVEDENÝM SELEKTIVNÍM MECHANISMŮM.**
- **Obecným závěrem pak je, že komerční charakter masové komunikace si vynucuje produkci jen těch postojů a hodnot, proti nimž obecně není námitek.**
- **Masově komunikační prostředky více posilují status quo, než způsobují postojovou změnu.**

TEORIE PERCEPČNÍHO SCHEMATU (DORIS GRABER, 1988)

■ percepční schéma

sestává z jistého organizovaného vědění, které se týká konkrétní/ch situace/í a individuí. Toto vědění je **abstrakcí jistých původních zkušeností**. Jde o jakýsi předem **připravený skelet-matrice**, do kterých jsou vkládány nové informace.

■ Graberová říká, že lidé jsou **kognitivní lenoši** („skrblíci“) /cognitive misers/.

■ Jsou mentálně pohodlní, a to i proto, že mají omezené schopnosti zpracovávat komplexní informace a rychle se uchylují k **vytváření**

Graberová analyzovala percepční zpracování hlavních zpráv v denících a v TV. Objevila různé strategie jak se lidé vyrovnávají s novými mediálními informacemi.

Základní mechanismus označuje jako

PŘIPODOBŇENÍ (matching).

Nová zpravodajská informace je přizpůsobena schématu vytvořenému na základě předcházejících zpráv (*„ten Zeman to je celej Klaus“ apod.*).

Tento mechanismus funguje jednak jako:

1/ souběh (interference) jistých událostí na základě **aktuální věcné podobnosti** (příměří v Libanonu nebude mít dlouhého trvání neb v S. Irsku to taky dlouho nefungovalo)

2/ vícenásobná integrace s několika schémata či dimenzemi těchto schémat /zpráva o vstupu do EU je vztahována k tématu **nezaměstnanosti** a našeho potenciálního ohrožení z **Německa**, resp. **sudetských Němců**/.

Přímé spojování zpráv s danými schématy je výrazně ovlivněno mechanismem, který Graberová označuje jako „cueing“ (dát narážku, podnět k jednání). Tento mechanismus spouští média prostřednictvím titulků, hedlajnů, grafiky apod.

Například řazení zpráv realizované tímto způsobem vede k tomu, že po zprávě o našem připravovaném vstupu do EU následuje úvaha o tom, že Němci vykupují pozemky v Čechách (témata jako přemalování šipek na silnici, velikosti včelařských rámečků, nezaměstnanost apod.).

SHRNUTÍ STUDIE

- LIDÉ MAJÍ SKLON PŘI KONZUMACI MEDIÁLNÍCH SDĚLENÍ UKLÁDAT V PAMĚTI ZÁVĚRY VYPLÝVAJÍCÍ Z DŮKAZŮ, ALE NE DŮKAZY SAMOTNÉ.