

Seminář aplikované metody sociální psychologie

Postoje a jejich ovlivnění

Postoje

- Ch. Darwin - 1872 – Výraz emocí u člověka a zvířat
- Termín užíván i v dalších vědách o člověku
 - Známost postojů umožňuje formulovat předpoklady o způsobech budoucího chování

Vývoj přístupů

- **I. do r. 1950** – snaha o vymezení pojmu, konstrukce nástrojů na měření postojů, aplikace
- **II. do r. 1970** – výzkum postojové změny; v závěru krize výzkumu
- **III. dosud** – modely vysvětlující vztah postoj – jednání (chování)

I. období

- Def. (Thomas, Znaniecki, 1918) - „Individuální mentální procesy determinující reakce člověka v sociální realitě, která ho obklopuje“
 - Stav mysli jedince, který je orientovaný ve směru hodnoty (= sociální povahy)
 - Vztah k objektu sociální povahy a prožíváním tohoto významu (sociální realita vs. Osobnost)
- Def. Allport „mentální a nervový stav pohotovosti organizovaný zkušeností vyvíjející dynamický a direktivní vliv na reakce jedince vůči všem objektům a situacím, se kterými je ve vztahu“

II. období

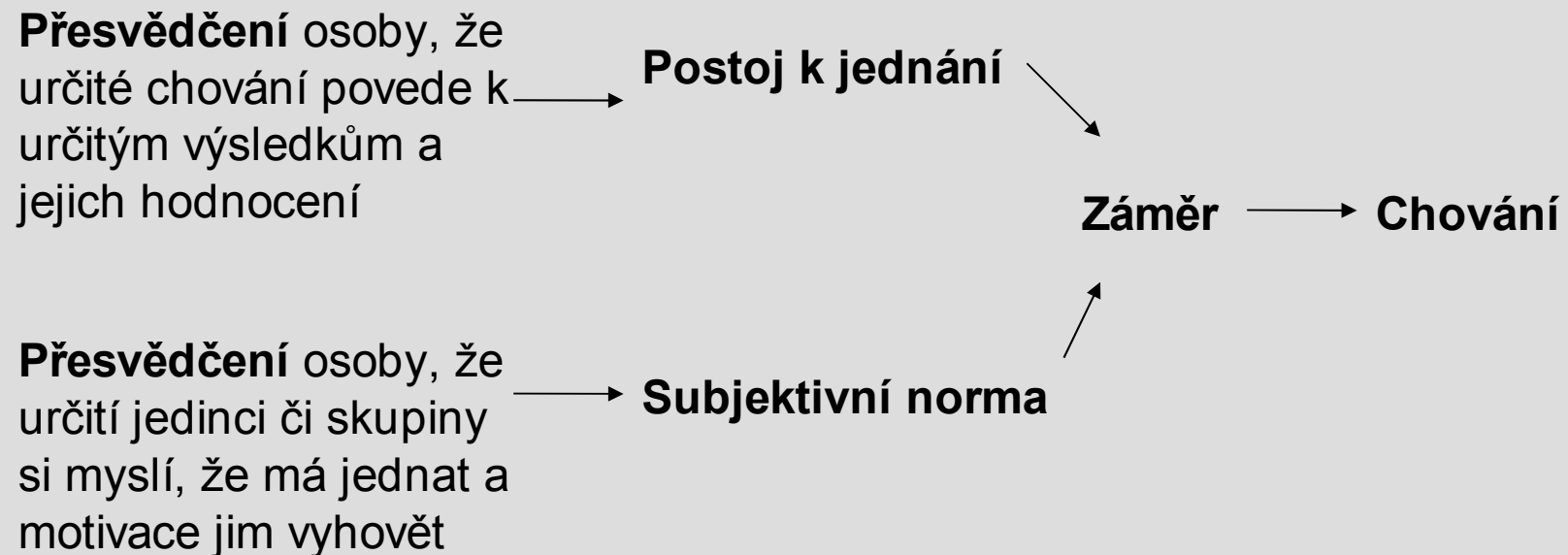
- *Postoj a skupinová dynamika*
- *Využití znalostí v běžném životě*
- Hovland - (vlastnosti podnětu, reakce jedince, psychické procesy zprostředkovávající vztahy mezi podněty a reakcemi) – S- O - R
- Bem - „individuální sebepopis přitažlivosti nebo odporu jedince k určitému identifikovatelnému aspektu jeho prostředí“
- Festinger – teorie kognitivní disonance
- Insko, Schopler - mezi postoji, poznáním a chováním je tendence k souladu

II.a

- LaPiere – 1934 – možnost nesouladu mezi verbálně vyjádřeným postojem a jednáním (čínský pár)
- Wilkins, Yarrow – 1952 - restaurace

Současnost (III.)

- Fishbein, Ajzen – nezaměřovat záměr a aktuální chování

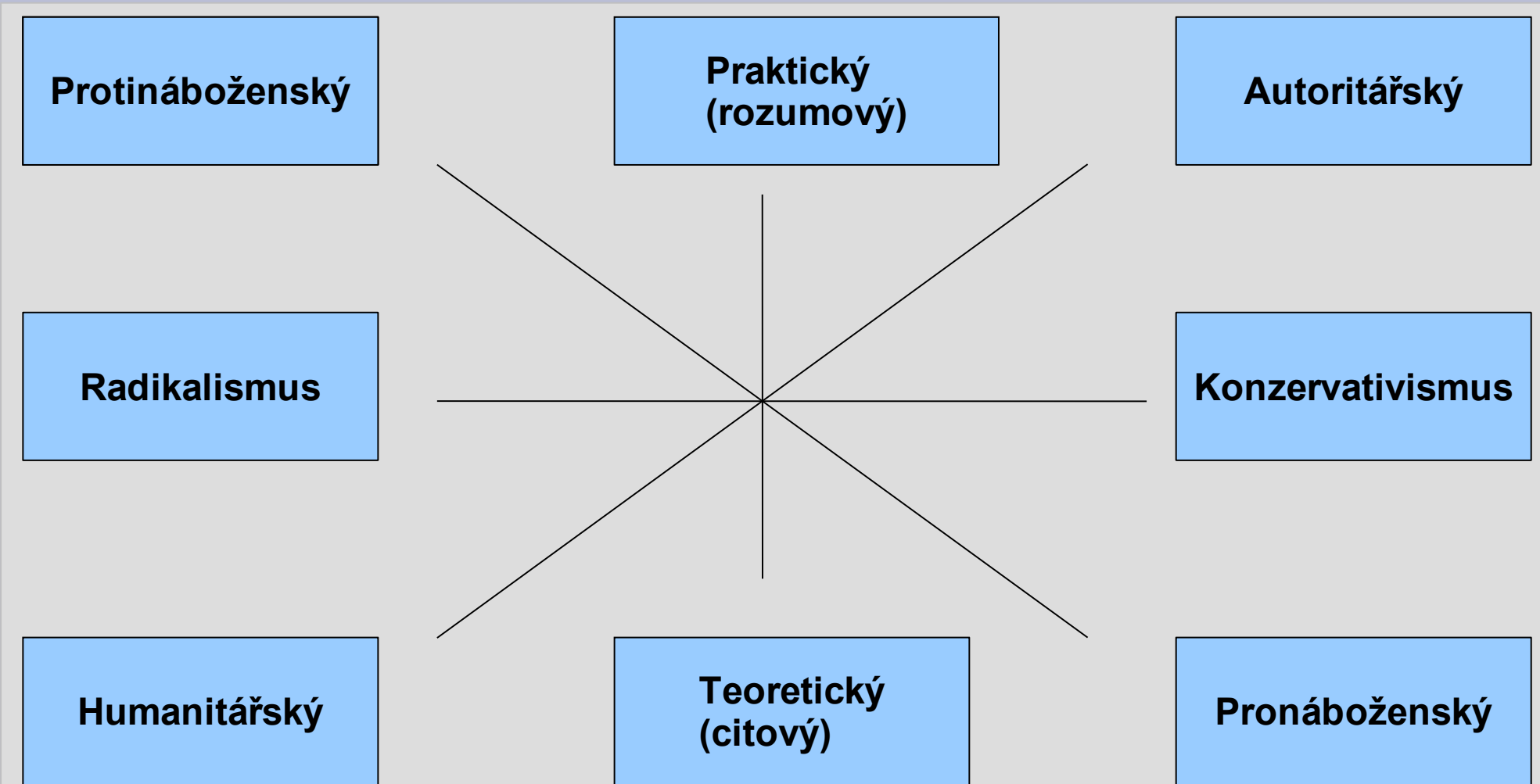


*Každé **přesvědčení** přisuzuje objektu určitou vlastnost a postoj osoby je funkcí této vlastnosti*

Postoj

- Klasické pojetí (kognitivní, afektivní, konativní složka)
 - afektivní se utváří klasického podmiňování, poznávací kognitivním učením a konativní instrumentálním učením
- Fishbein, Ajzen – pouze míra přitažlivosti chovní pro osobu
- Bagozzi – kognitivní a emocionální složka; ovlivňují záměr i samotné chování

Faktory postojoové hierarchie - Eysenck



Změna postoje

- Hlavní prostředek – přesvědčování (persuaze)
- Působení na pasivního jedince – méně efektivní
- Navozování postojové změny aktivní účasti v sociálních situacích - efektivnější

Změnu ovlivňují

- **Proměnné související s kom. obsahem**
 - Zdroj, obsah persuazivní informace, informační kanál, příjemce, cíl informace
- **Proměnné vysvětlující procesy změny postoje**
 - Pozornost, porozumění, přijetí, podržení a jednání
- **Vnitřní komponenty postoje**

Zdroj informace

- Věrohodnost – objektivnost zdroje
- Síla – odhadovaný vliv ve smysli tlaku
- Atraktivnost – emocionální charakteristika

Obsah informace

- Emocionální (pathos)
 - Cílem je vyvolání emocionální odezvy (-/+)
- Racionální (logos)
 - Racionální podpora argumentů (úspěšnější u vzdělanějších)

Informační kanál

- Prostředky komunikace mají obvykle větší vliv, než samotný obsah
- Mluvená podoba účinnější než písemná

Faktory na straně příjemce

- Krom stabilních (osobnost aj.)
- Hlavně dynamické – aktuální psychický stav
 - Zainteresovanost – změna obtížná u vysoké z. a slabých argumentů
 - Obsah
 - Odpověď – persuaze méně účinná
- Věk, pohlaví, sebeobraz

Cíl persuazivní komunikace

- Stabilita změn v čase
 - Do týdne 40%, do šesti 60% - vliv vztahu ke zdroji, informaci a příjemci (McGuire)
- Stabilita vůči protiargumentům
 - Funguje něco jako „očkování“ - např. vůči účinkům reklamy

Proces změny postoje

- Pozornost
 - Porozumění
 - Přijetí (přesvědčení)
 - Podržení
 - Jednání
-
- Dosažení postojové změny vyžaduje úspěšnou realizaci celého postupu

Přesvědčení a postojová změna

- Přesvědčení osoby o objektu – vnímaný pravděpodobnostní vztah mezi objektem a nějakou vlastností (Fishbein, Ajzen)

=>

- Strategie aktivní účasti (navození situace)
- Persuaze

- Přesvědčení:
 - Proximální (přímo ovlivňujeme)
 - Externální (nepřímo)
 - Primární (jádrové, klíčové a integrující; neovl.)

Příklady konkrétních postupů

- Viz. např. Mareš, J., Křivohlavý, J.: Komunikace ve škole. Brno: MU, 1995.

Příklady ovlivnění - přímé

- Přesvědčování
 - Racionální, angažovanost, dobrovolnost, aktivita
- Sociální posilování
 - Vyjádření souhlasu je účinnější než nesouhlas
 - Poznávací nesoulad (Festinger)
- Argumentování
 - Nejsilnější argument má být první nebo poslední
 - Pozor na poznávací nesoulad a formu sdělení

Příklady ovlivnění - nepřímé

- Kladení otázek (paralela s argumenty)
- Paradoxní formy ovlivňování (Watzlawik)
 - „**Nemusíš, když nechceš...**“
 - **Paradoxní příkazy (Nařizuji striktně neposlušat!)**
 - **Paradoxní emocionální ladění**
 - **Anticipování námitek**
 - **Vyhýbání se negativním formulacím**
 - **Vyhýbání se extrémním formulacím**