


Aplikované metody sociální psychologie



Atribuce, atribuční chyby
Postoje, postojová změna

Subjektivně důležité vlastnosti

▣ REP test:

- Vyberte 5 osob, které jsou pro vás významné + jáské reprezentace
 - (*aktuální já - jaký jsem nyní, ideální já - jaký bych chtěl být, nechtěné já - jaký bych nechtěl být*).
Seřadte v pořadí 1. - 8.
- Náhodně vytvořit dvojice (1-5, 2-6, 3-7, 4-8).
- Naleznout podobnosti a rozdíly mezi dvojicemi -> adjektiva.

Atribuce

- hledání „příčin“ i příčin vlastního chování i chování druhých osob
- poznání těchto příčin nám umožňuje chápat svět jako **předvídatelný, jednodušší a kontrolovatelný**
- nejde o hledání objektivních příčin, ale o **subjektivní výklad skutečnosti** naivními nebo **laickými teoriemi**
- máme potřebu atribuovat **především chování, které se odlišuje od běžného**

Atribuce - chyby

Každý je naivním psychologem...

- Interní (dispoziční) příčiny
 - charakteristiky osobnosti
 - přesvědčení
- Externí (situační) příčiny
 - situační tlaky/vlivy

- Příklad:
 - Pozdní odevzdání anotace posteru studenty
 - Vniřní: jsou líní, chlastají, flákají se
 - Vnější: mají problémy doma, pracují, randí

Atribuce - Základní atribuční chyba:

▣ **Základní atribuční chyba** (Ross, 1977)

Je všeobecná tendence přeceňovat u druhých osob význam osobnostních vlastností na úkor situačního kontextu

Co je na obrázku?



Rozdíly ve vnímání situace

- Pozorovatel -> Interní atribuce
- Aktér -> Externí atribuce

- Co je v centru pozornosti?
 - **Pro Pozorovatele:** Aktér
 - **Pro Aktéra:** Všechno, krom aktéra (zejména vlastní situace)

Atribuce - Efekt aktéra a pozorovatele

- Rozdílné atribuce **aktérů** a **pozorovatelů**:
- **aktéři** (ti, kteří uskutečňují jednání) mají tendenci přisuzovat za zdroj svého chování *situaci*,
- **pozorovatelé** (ti, kteří pozorují jednání) jsou náchylnější označovat za zdroj chování *samotného aktéra*.

Atribuce - Sebeochranné atribuce

- = tendence aktérů připisovat úspěch sobě samému a neúspěch situačním faktorům
- Vysvětlení: *úspěch souvisí se **sebehodnocením** a přiznání si viny za vlastní neúspěch snižuje sebehodnocení;*
 - *atribuování neúspěchu situačním faktorům umožňuje podržení sebeúcty a pozitivního obrazu o sobě*

Atribuce - Tendence nápadnosti

- tendence pozorovatelů připisovat větší odpovědnost těm jednotlivcům, kteří se nějakým způsobem odlišují

Egocentrická tendence

= při skupinové práci se projevuje tendence členů připisovat si větší odpovědnost za úspěch a atribuovat odpovědnost za neúspěch druhým

- ▣ *Návaznost na další aspekty ped. praxe – např. soc. klima (Abrami et. al. 1995)*

Počáteční atribuce jsou velmi odolné

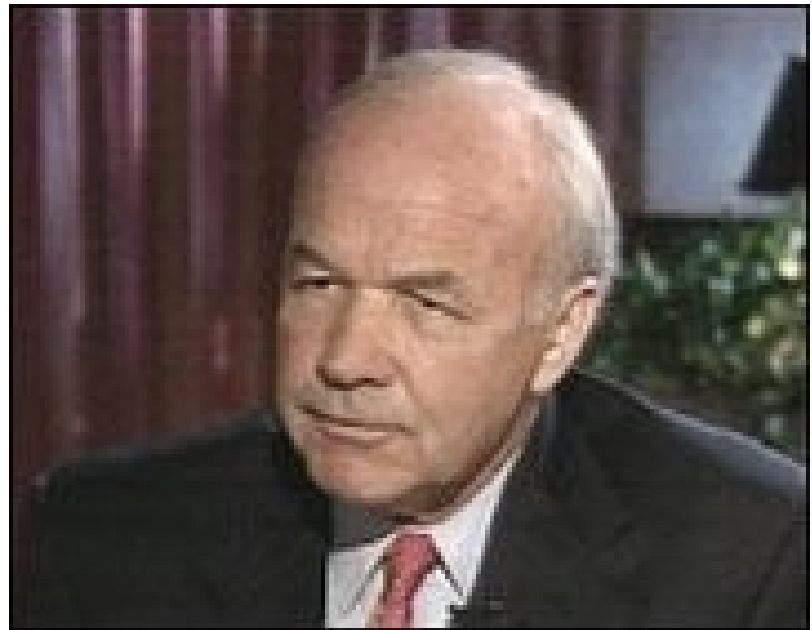
- Postoje (Lord, Ross a Lepper)
 - Upevnění postojů k trestu smrti (přijetí, odmítnutí)
 - Prezentace dvou „nových“ studií (má/nemá vliv na zločinnost)
 - Názory se posunují k extrémům ve směru původních
- Náhodné události (Langer a Roth)
 - Počáteční úspěšnost v odhadu v hodů mincí (10 pokusů)
 - U úspěšných větší očekávání přesnosti u 100 hodů

Praktické dopady chybných atribucí

- Můžeme se zcela mýlit
 - Např. základní atribuční chyba
- Tato přesvědčení mají tendenci odolávat navzdory faktům (viz výše)
- Naše mylná přesvědčení a názory mohou konstruovat novou sociální realitu
 - Např. sebenaplňující proroctví, učitelovo pojetí výuky atp.

Postoje

Který z pánů je sympatičtější?



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)

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***
- *Inske, Schopler - mezi postoji, poznáním a chováním je tendence k souladu*

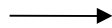
II.a

- LaPiere (1934) – možnost nesouladu mezi verbálně vyjádřeným postojem a jednáním (čínský pár – *osobně* přenocovat/ jíst 99%/100%; *písemně* 9%/8%)
- Wilkins, Yarrow (1952) restaurace – (afroamerický pár)

Současnost (III.)

□ Fishbein, Ajzen – **nezaměňovat záměr a aktuální chování**

Přesvědčení osoby, že určité chování povede k určitým výsledkům a jejich hodnocení

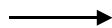


Postoj k jednání



Záměr → **Chování**

Přesvědčení osoby, že určití jedinci či skupiny si myslí, že má jednat a motivace jim vyhovět



Subjektivní norma



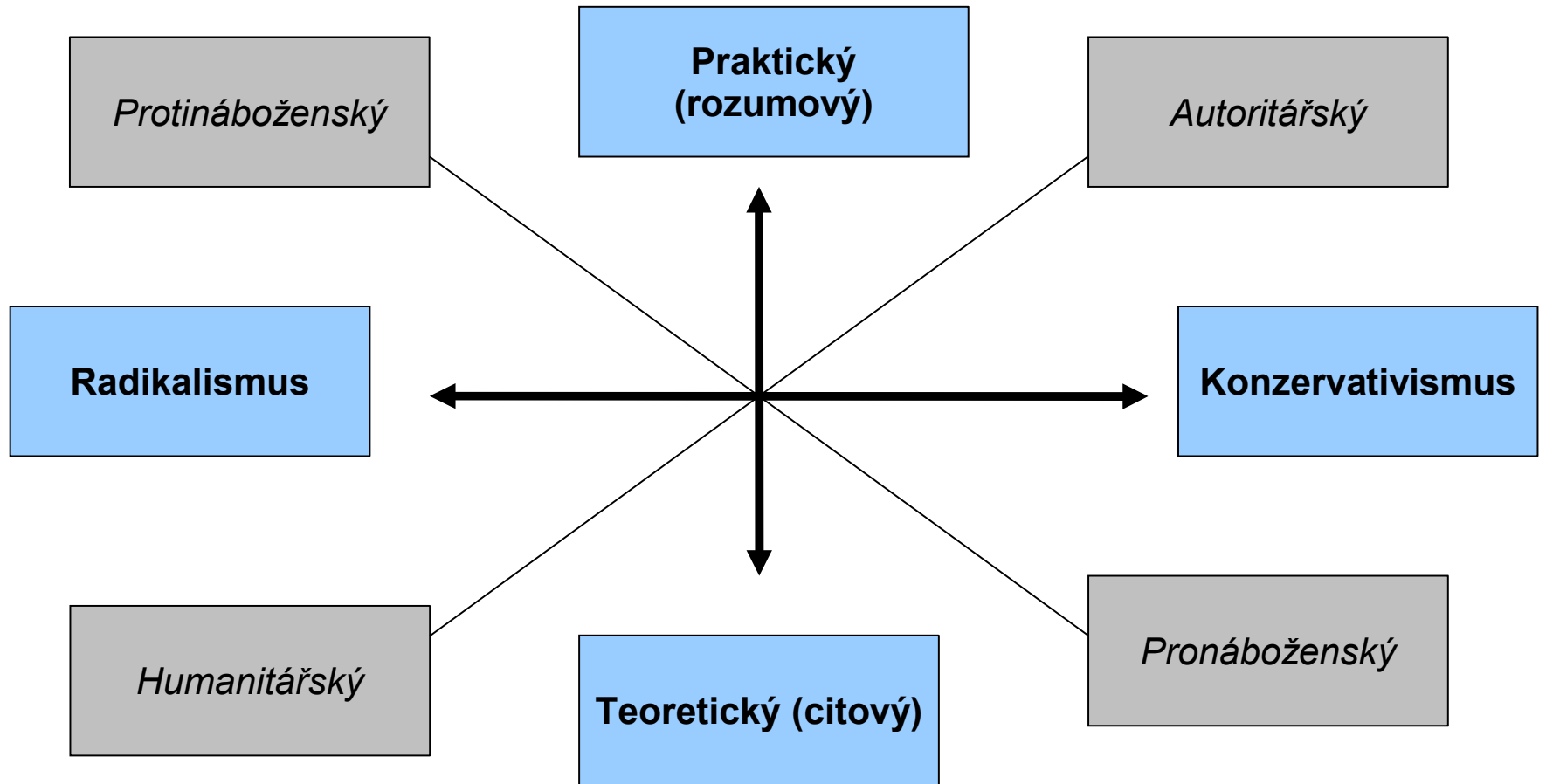
*Každé **přesvědčení** přisuzuje objektu určitou vlastnost a postoj osoby je funkcí této vlastnosti*

Postoj

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

Faktory postojoové hierarchie

Eysenck



Postoje - geneze

- Vznik postojů
 - Sociální učení
 - Sociální srovnávání

- Formování postojů učením
 - **Klasické podmiňování**
 - Původně neutrální stimul získává subjektivní význam
 - J.B.Watson – reklama
 - Cacioppo – pohyb k sobě – přijetí; od sebe - odmítnutí
 - **Operantní podmiňování**
 - Odměňování žádoucího a trestání nežádoucího chování
 - **Observační učení nebo nápodoba modelu**
 - Př. vliv rodičů (...)

Ovlivnění postojů

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

- Věřohodnost – 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 (Nařizují striktně neposlušat!)**
 - **Paradoxní emocionální ladění**
 - **Anticipování námitek**
 - **Vyhýbání se negativním formulacím**
 - **Vyhýbání se extrémním formulacím**