



Základy sociální psychologie a sociálně profesní dovednosti pedagoga

Mgr. Tereza Škubalová, Ph.D.

Témata

- Sociální psychologie
- Socializace, sociální učení
- Sociální skupina
- Sociální percepce, chyby v percepce
- Komunikace – efektivní komunikace
- (aktivní naslouchání, active constructive responding)

Sociální psychologie

= zabývá se sociálními interakcemi, včetně jejich původu a vlivu na jedince.

= pokouší se pochopit a vysvětlit, jak naše prožívání a chování ovlivňuje skutečná, domnělá nebo představovaná přítomnost druhých osob.

Zabývá se třemi rozměry:

- Intrapersonální
- Interpersonální
- Sociální

Sociální situace, sociální chování

Interpretace situace určuje řešení/neřešitelnost/vyvolání problému

- sociální situace poskytuje nabídku/inspiraci/předpis určitého sociálního chování (myšlení, cítění)
- **situační angažovanost**
- **výchovná situace**
- **kultivující situace**
- **vyspělé sociální chování** – integrita, harmonie, konzistence



Sociální role

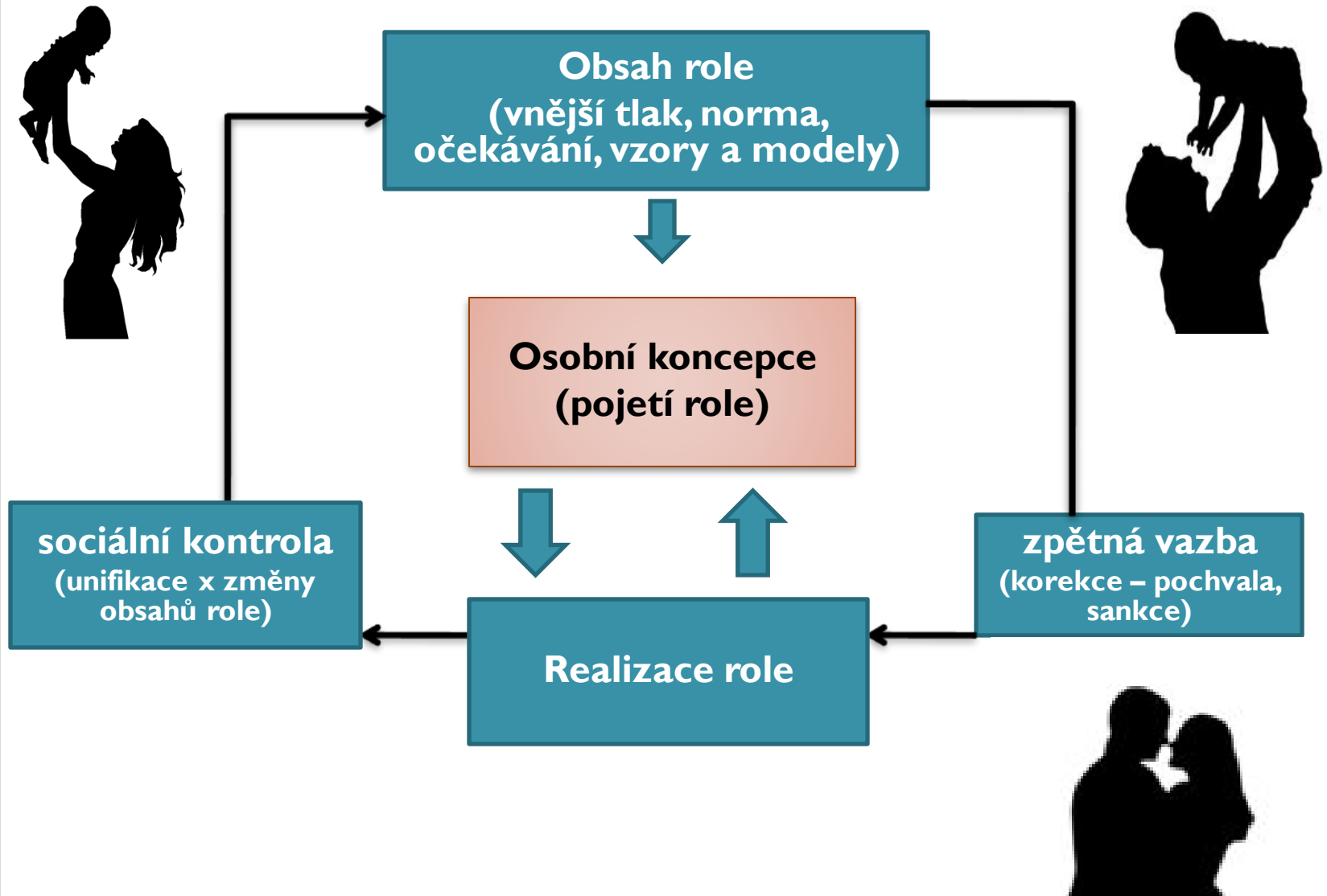
soubor pravidel a očekávání, kt. definuje chování jedince na konkrétní pozici ve skupině (status)

- role jsou vyjádřením, **definicí vztahu** mezi lidmi v určité situaci
- **obsah role** – zprostředkován společenskými **modely** (tradice, předpisy, chování jiných lidí – vzory...)
- výkon sociální role limitován: možnostmi jedince, sociální situací, subjektivním pojetím situace, sebepojetím jedince

Role: připsané, získané, vnucené



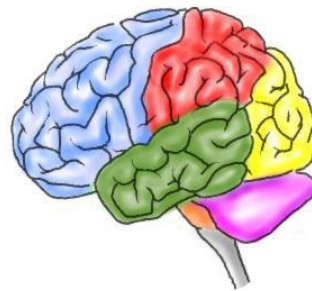
dynamika rolového chování



Postoje

Sklony ustáleným způsobem reagovat na osoby, předměty, situace i na sebe sama.

- **hodnotící** charakter
- regulují naše jednání a prožívání (zjevně x latentně)
- uspořádávají svět do přehlednější struktury
- 3 složky:
 - kognitivní
 - afektivní
 - konativní



znaky postoje

- Strukturovanost
- Dynamika
- Intencionalita
- Hodnocení
- Vlastnost osobnosti
- Získaný, naučený, přejímaný
- Regulující

postojová změna

- tzv. „centrální postoje“ - nejvýznamnější a nejstabilnější lze změnit jen výraznou zkušeností
- při změně postoje nejsou důležitá fakta, ale spíše **vztah** jedince k nim
- přesvědčování, ovlivňování vs nátlak, manipulace
- faktory změny postoje:
 - 1) důvěryhodnost zdroje info
 - 2) atraktivita zdroje info
 - 3) moc zdroje info
 - 4) styl, struktura a obsah info

PŘESVĚDČOVÁNÍ → OVLIVŇOVÁNÍ → NÁTLAG → MANIPULACE

VĚDOMÉ

PO VŮLI

VE PROSPĚCH PŘÍJEMCE

FÉR

NEVĚDOMÉ

PROTI VŮLI

... VYSÍLATELE

NEFÉR

<https://www.youtube.com/watch?v=cNiW6melnxw>

PhDr. Dana Bernardová, Ph.D.

kognitivní disonance

Kognitivní disonance = poznávací nesoulad

- objevuje se, když se naše postoje dostanou do rozporu
- pokud se dostaneme do stavu kognitivní disonance, tak:
 - změníme některý z rozporných postojů
 - nebo přidáme nový postoj, který umožní reinterpetaci situace

Bystader Effect – efekt přihlížejícího

<http://www.youtube.com/watch?v=JcowGVd6GqY&feature=related>

příklad kognitivní disonance



Dieta x zákusek

- „Nemusím držet dietu“ (změna postoje)
- „Je to velká výjimka, dám si jen tento jeden zákusek“ (přehodnocení vlastního postoje)
- „Čokoláda je velmi zdravá“ (dodatečná, vyrovnávající informace)
- „Život je tak krátký“ (minimalizace vnitřního konfliktu - znevážení)
- „Nemohu hostitele urazit“ (redukce, přesun zodpovědnosti za vlastní chování)



SOCIALIZACE, SOCIÁLNÍ UČENÍ, SOCIÁLNÍ SKUPINA

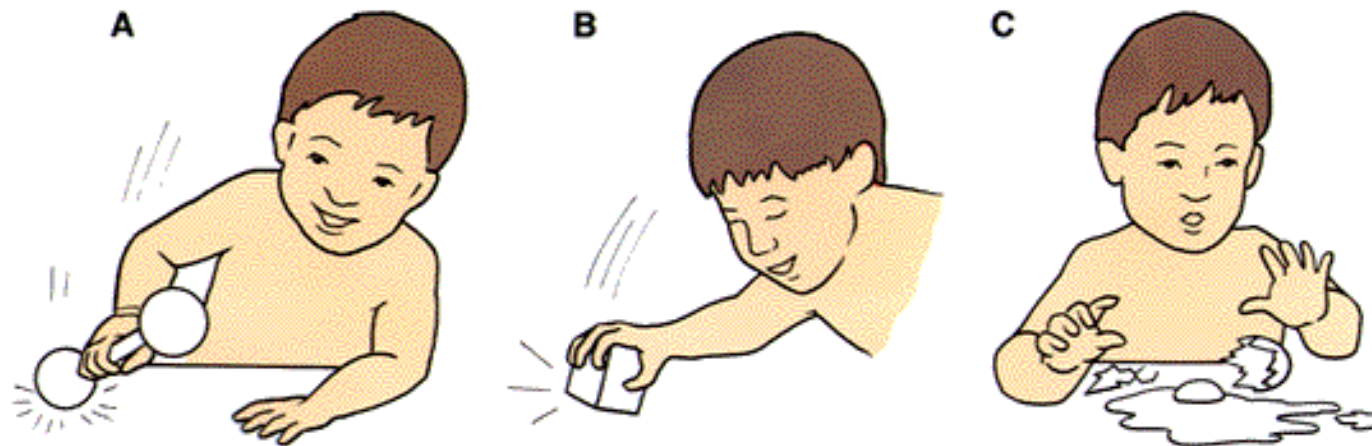
Definice socializace

- osvojování sociálních dovedností (návyků, postojů)
- formování motivů a charakteru
- učení se sociální komunikaci, interakci a percepci (sociální kognice)

cíle procesu socializace = získání specificky lidských vzorců vnímání, cítění a snažení, tj. získání vlastností umožňujících život ve společnosti (přizpůsobení se obyčejům, mravům a zákonům kultury a normám skupin, jejichž je člověk členem)

Předpoklad socializačních dějů

- schopnost jedince se přizpůsobit prostředí
- **adaptace** 2 mechanismy:
 - *Akomodace* – děje zaměřené na přizpůsobení SE prostředí, zvláštnostem předmětů
 - *Asimilace* – jedinec se snaží SI prvky prostředí včlenit do toho, co zná (kognitivní struktury)
- pojem **adjustace** – adaptace ve společenském prostředí



Socializační proces

- **Socializace = zařazování se, včleňování, vrůstání do společnosti**
- Závisí na kultuře = soubor přesvědčení, hodnot, norem a zvyků sdílených v rámci určité sociální skupiny. Způsob výroby, způsob života, produkty práce a sociálních kontaktů.
- je druhem sociálního učení, probíhá celý život a na **etapy**
- **Výchova = řízená socializace s určitými cíli**

Primární a sekundární socializace

Primární socializace:

- dítě získává v rámci **vztahu emocionální oddanosti k významným druhým**

Sekundární socializace:

- proces adaptace stávající výbavy rolí získané v primární socializaci na nové institucionální prostředí
- socializace je zde procesem získávání specifické výbavy pro **role**
- **učení se zde odehrává skrze institucionální funkcionáře** -vedením a kontrolou správnosti

Podmínka socializace – zrod Já

- základem je odlišení sebe sama od všeho ostatního - naučené
- základní podmínka fungování = dobrá orientace v prostředí + v sobě samém (zvládnout přijímat a **uspořádávat** i protikladné informace o světě i sobě)
- **pojem jáství = úroveň jednoty (integrace) duševního života**

Jáství = souhrn psychických jevů a procesů jejichž obsahem je vlastní osoba – tělesná+duševní stránka

tělové Já

- nikoliv fyzická hranice těla, ale ta **prožívaná, vnímaná, myšlená**

tělové schéma:

- obraz, představy o vlastním těle (prostorové)
- zdroj sebehodnocení
- může být narušeno

(intoxikace,
fantomový úd, PPP)



psychické Já

- uspořádání vnitřního světa, myšlenky, city, přání s nimiž se ztotožňujeme
- jeví se jako nositel **aktivity** (vůle), **odpovědnosti**
- Aktivní Já - představa užívání dovedností a schopností jako nástrojů vs Trpné Já – city a pocity si neporučíme

charakteristiky jáství

Kontinuita

- prožívání sebe sama v čase
- hledání se
- vytvářeno společensky
- je relativní, ale přesvědčení o ní je důležité pro duševní pohodu

Integrita

- psychika jako harmonický, jednotný celek
- není samozřejmá – naučená, vyvíjená, dosahovaná...
- x dezintegrace, depersonalizace

Sociální učení



- osvojování sociálních dovedností, návyků, postojů
- formování sociálních motivů a charakteru
- jedná se o učení sociální komunikaci, interakci a percepce
- čl. přejímá za své sociální role, morální hodnoty (např. smysl pro spolupráci a vzájemnou pomoc)
- Uskutečňuje se:
 - a. napodobením (observační u., zástupné u.)
 - b. sociálním zpevněním (odměny, tresty)
 - c. identifikací (vzor)

Albert Bandura (1961)

Učení nápodobou, bez zpevnění



Sociální skupina

- soubor jedinců, mezi kterými existuje specifická sociální interakce, a to jak bezprostřední interakce, tak i zprostředkovaná.
- má schopnost společného jednání = chování členů je podřízeno cílům a normám skupiny.
- **Referenční skupina má na jedince vliv, jedinec se k ní vztahuje jako k ideálu či vzoru**

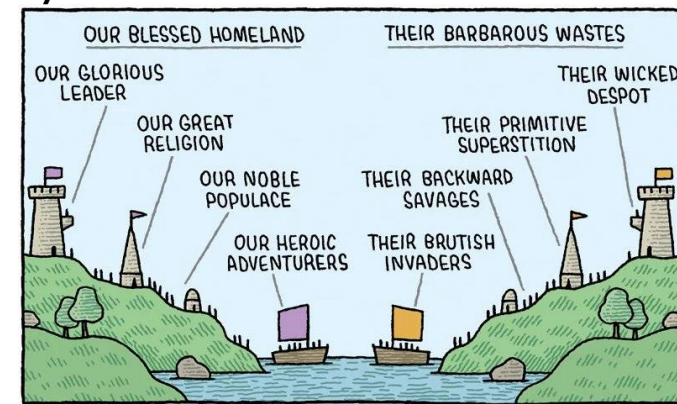
Na ostatních závisíme v naplňování svých potřeb, je pro nás proto důležité, aby nás měli co nejraději.

Kritéria dělení skupin

- velké x **malé** (do cca 30 členů)
- krátkodobé x dlouhodobé
- vysoce organizované (=formální) x
- málo org. (=neformální)
- s jasnými cíli x s obecnějšími cíli
- lokalizované x rozptýlené
- s automatickým členstvím x s volným čl.
- otevřené x uzavřené
- jasné hranice x vágní hranice

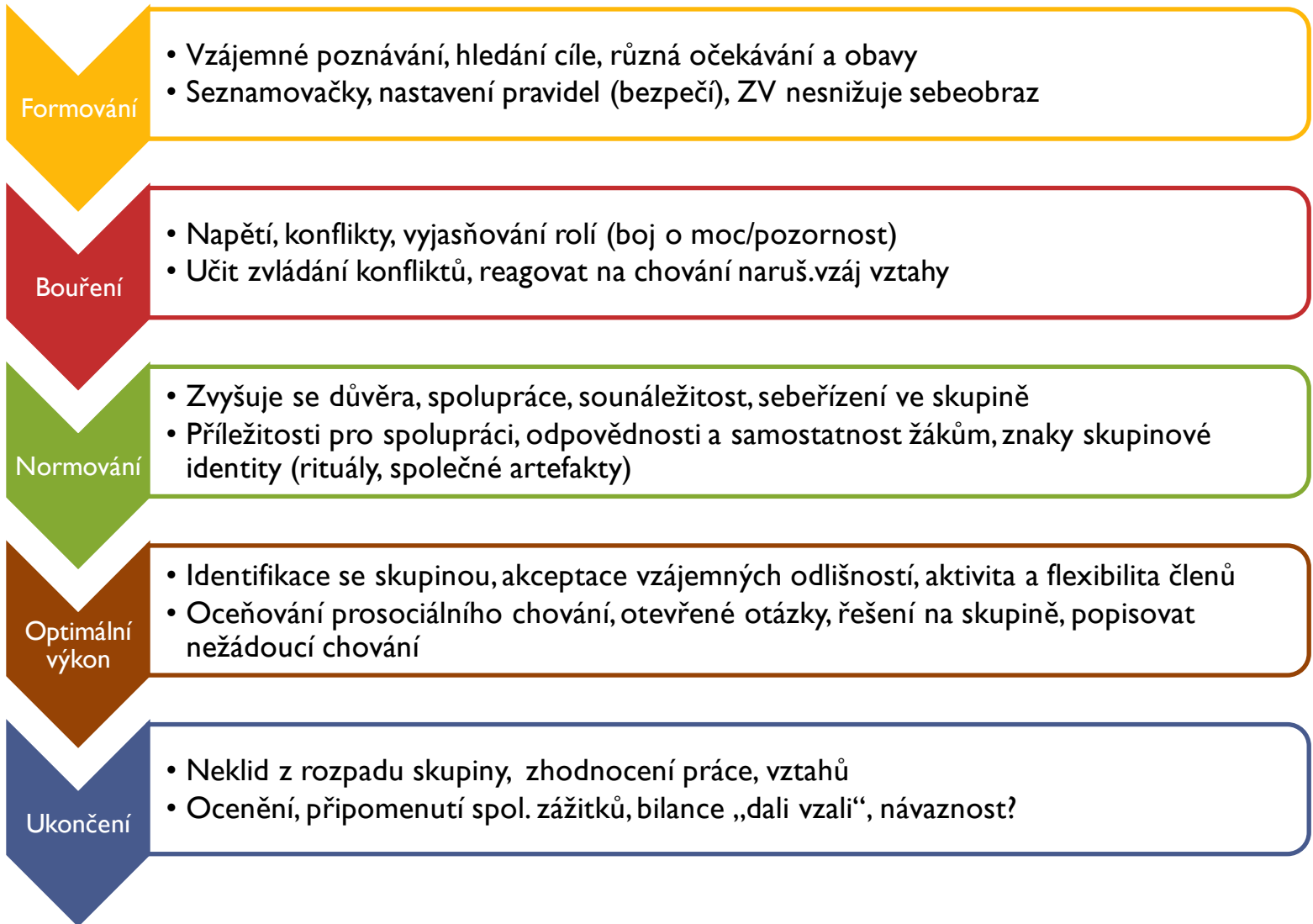
Fenomény ve skupině

- **Konformita** - přizpůsobení se většině.
 - **Informační vliv** (přebíráme názory ostatních jako pravdivé) > Akceptace (konverze)
 - **Normativní vliv** (přizpůsobíme navenek, abychom zapadli a byli oblíbení, při zachování vl.názoru) > Vyhovění
- **Sociální facilitace** - zlepšení výkonu v přítomnosti druhých (u jednoduchých úkolů).
- **Sociální inhibice** – zhoršení výkonu v přítomnosti ostatních (nové, náročné úkony, nevěříme si)
- **Sociální zahálení** - snížení výkonu ve skupině.
- **Skupinové myšlení** - tlak na shodu, který může vést k špatným rozhodnutím.
- **In-group a out-group efekt** - dělení na „lepší my“ a „horší oni“, což může vést ke konfliktům mezi skupinami, předsudkům.





Fáze utváření skupiny (Bruce Wayne Tuckman)





SOCIÁLNÍ PERCEPCE

Definice sociální percepce

- Jak si člověk vytváří:
 - **dojmy o charakteristikách a rysech jiných lidí**
 - vnímá jejich emoce
 - interpretuje jejich chování
- vnímání fyzického zjevu a fyzických aktů chování člověka x vysvětlování a interpretace tohoto chování
- výsledkem organizace sociální kognice je sociální **SCHÉMA** → kognitivní struktura, kt. reprezentuje poznání sociálních objektů (lidí, situací, vztahů)

Základní charakteristiky procesu percepce

- zákon selekce
- efekt primárnosti
- zákon interference
- podvědomé hodnocení

vnímání závislé na:

- senzitivě, vnímavosti
- zkušenostech, motivech
- postojích
- percepčních stereotypch
- aktuálním stavu, náladě

Co pozorujeme na jedinci

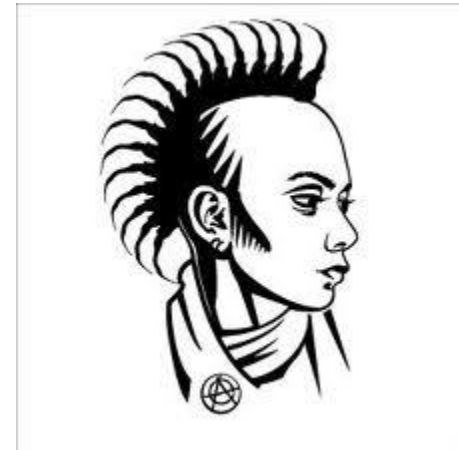
Verbální a neverbální složka chování

- obsah verbálního sdělení, způsob sdělení (metakomunikace)
- neverbální chování

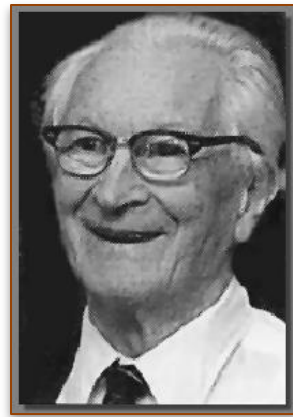


Nápadnost

- negativní, extrémní chování upoutává pozornost
- tendence připisovat fyzicky nápadným lidem nápadnější projevy chování



Atribuce



- „naivní vysvětlování“, Heiderova naivní ψ 60'léta
- kauzalita jednání - co je příčinou čeho a co je čemu **přisuzováno = atribuováno**
- co lidé subjektivně považují za příčinu jednání druhých, sebe

- snaha o predikci – potřeba ovládat prostředí → vytváření obrazu světa (snaha o porozumění)
- atribuce nejsilnější v situaci neobvyklé, nečekané, nepříjemné, významné, složité (extrémní)

Atribuční tendence

Základní atribuční chyba (zkreslení)

- tendence přičítat chování vlastnostem či povaze člověka - nebere v potaz situaci, kontext

Tendence sebeobrané atribuce

- aktéři připisují úspěch sobě a neúspěch situaci (převzetí úplné zodpovědnosti za neúspěch → klesá sebehodnocení a sebeúcta)

Teorie sebeprezentace

- lidé chtějí od jiných dosáhnout uznání za své úspěchy; nechtějí aby neúspěch byl připisován jejich nedostatečným schopnostem či kompetencím

Egoistická tendence

- při spolupráci tendence připisovat sobě zodpovědnost za úspěch, jiným zodpovědnost za neúspěch

Tendence nápadnosti

- tendence připisovat ve skupině větší zodpovědnost těm lidem, kteří se nějak liší od druhých

Chyby v sociálním poznávání



- Halo efekt: Náš celkový dojem o člověku ovlivňuje, jak o něm cítíme a co si myslíme o jeho charakteru. (Synergie s Pygmalion efektem (Rosenthal & Jacobson, 1968))
- Efekt prvního dojmu - první prezentovaná informace = důležitější (priming)
- Konfirmační zkreslení - tendence vyhledávat, interpretovat a vybavovat si zejména informace, které potvrzují naše stávající přesvědčení, zejména u emocionálně nabitých témat.
- Implicitní teorie osobnosti

Implicitní teorie osobnosti

- pojetí běžného člověka (dítěte) o tom, co je člověk zač.
- představa o tom, jaké vlastnosti jsou pro pochopení člověka důležité, a které ne (např. humor, inteligence) + představa o tom, jaké vlastnosti se pojí spolu.
- Předpokladem pro ITO je teorie mysli (ToM)
 - je to mentální schéma, soubor myšlenek, přesvědčení, postojů o druhé osobě
 - ToM se vyvíjí od 18m. ToM je základním předpokladem pro empatii.

Sociální poznávání – vztah k praxi

- Posuzování druhých – spjata s úrovní sebepoznání, kognitivní komplexita
- Pedagogické působení – založeno na poznání dítěte
- Čím více dětí na starost, tím rychlejší stereotypizace
- Projevy dětí podléhají mnohem více situačním vlivům, citlivější vůči hodnocení učitele

Je třeba stále reflektovat přístup k projevům jednotlivých dětí - uvědomovat si naše tendence k vnímání a posuzování lidí podle určitých kategorií



**ZDRAVÁ, EFEKTIVNÍ
KOMUNIKACE**

Definice komunikace

- proces předávání informace od zdroje k příjemci
- výměna významů (smysluplných sdělení) mezi jedinci prostřednictvím společného systému symbolů (jazyka, neverb. gest...)
- Účelem komunikace je:
 - A) Naznačovat fakta, informace (**obsah** – názory, představy, prožitky)
 - B) Vyjadřovat stav mluvčího (**komunikant**)
 - C) Měnit stav posluchače (**recipient**)
- Znaký komunikace:
 - má **cíl** (motivace ke komunikaci)
 - je **kontextuální**
 - je **oboustranná** (interpersonální komunikace)
 - je **symbolická** (jazyk, symboly, znaky)

Zjišťujeme **CO** je sdělováno, **JAKÝM** způsobem a za jakých **OKolností** (kontext - **komunikační situace**)

Funkce komunikace

- **informační – cílem je předat někomu nějakou informaci**
- **instruktivní – cílem je vysvětlit, naučit, instruovat**
- **přesvědčovací – cílem je komunikačního partnera ovlivnit nebo dokonce zmanipulovat**
- **podpůrná – cílem je vyjádřit někomu podporu**
- **relaxační – cílem je pobavit se, rozptýlit se, popovídat si**

Zásady aktivního naslouchání

- Neverbální projevy:
 - Oční kontakt
 - Otevřená pozice těla
 - Pokyvování hlavou, úsměvy, mimika – zrcadlení.
- Verbální projevy:
 - Aktivní povzbuzování
 - Otevřené otázky
 - Parafrázování
 - Shrnutí sdělení
- Empatie, akceptace pocitů, podpora
- Pozor na přerušování a nevyžádané rady

Zpětná vazba

- Popisuje chování mluvčího, ale nehodnotí ho
- Všímá si chování, které je změnitelné
- Snaží se ocenit druhého
- Mluví o sobě, jak na něj chování působí

Příjemce

- Nepřerušuje a naslouchá
- Nevysvětluje, jak to myslel
- Ocení toho, kdo zpětnou vazbu dává

O-K-O

OBLÍBENÉ KOMUNIKAČNÍ OMYLY

- Dorozumíváme se pouze slovy
- Slova a věty přesně vyjadřují myšlenky
- Nejdůležitější je obsah - co říkáme, ne jak
- Používáme-li stejný jazyk, musíme si rozumět
- Slyšet je totéž, co naslouchat

KO-ST

KOMUNIKAČNÍ STOPKY



- přikazování
- poučování
- napomínání
- moralizování
- poskytování nevyžádaných rad
- strhávání pozornosti na sebe
- hodnocení a posuzování partnera
- odmítání, vyvracení pocitů
- interpretování

Dobře komunikující jedinec

- pozitivně vidí sám sebe
- empatie + neústupnost; vstřícnost + odměřenost
- nesoupeří s komunikačním partnerem
- umí pracovat na tvorbě kompromisu
- ustoupí-li, **neobviňuje**
- hodnotí, až si **vyslechne** celou informaci
- je otevřený změnám a rozmanitosti názorů
- umí komunikaci řídit, regulovat její směr a strukturovat ji
- umí **neutralizovat konflikty**, kolize a napětí nebo jich tvořivě využít
- nezamlouvá, neodbíhá, nemlží – **nepoužívá komunikační fauly**