

MUNI
ECON

PSEK **Psychologie pro ekonomy**

vnímání

Tomáš Ondráček

Ekonomicko-správní fakulta Masarykovy univerzity

2024

Co vidíte?



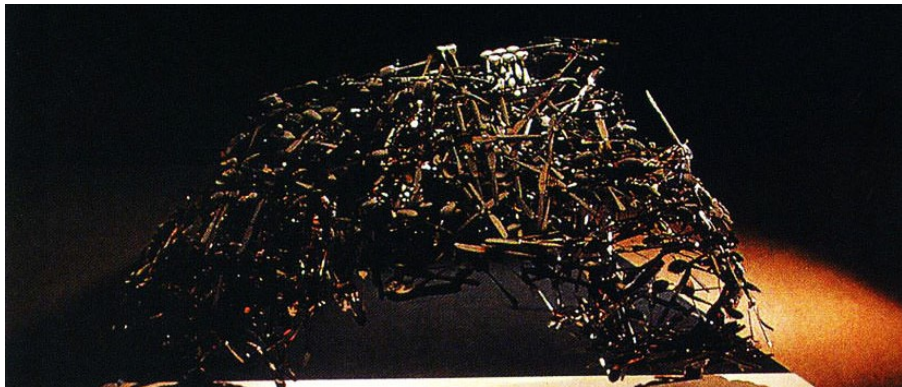
(Fukuda, 1982)

Co lze vidět.



(Fukuda, 1982)

Co vidíte?



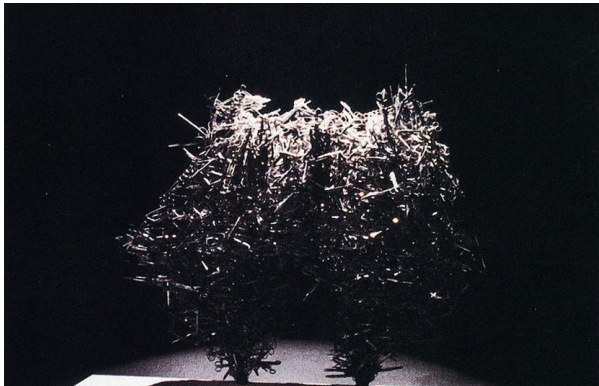
(Fukuda, 1987)

Co lze vidět.



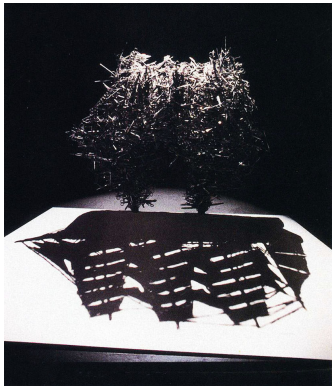
(Fukuda, 1987)

Co vidíte?



(Fukuda, 1982)

Co lze vidět.



(Fukuda, 1982)

vnímání: vymezení

vnímání: historie zkoumání

- Aristotelés
- Pythagorejci
- Středověká optika
- Introspekce
- Zrakové vjemy
- ...

vnímání: vymezení I/II

čítí (sensing)

Čítí je proces, kterým jednotlivci zakouší jednoduché smyslové signály. Výsledkem procesu čítí je počitek.

vnímání (perception)

Vnímání je proces, kterým jednotlivci organizují a interpretují smyslové signály, aby dali smysl svému prostředí. Výsledkem procesu vnímání je vjem.

vnímání: vymezení II/II

poznávání (cognition)

Poznávání je proces, kterým jednotlivci uspořádávají, organizují a interpretují vjemy. Skrz proces poznávání jedinci rozumí svému okolí. Výsledkem procesu poznávání je poznatek, znalost.

znalost (knowledge)

Znalost (propoziční) je dostatečně ospravedlněné pravdivé přesvědčení.

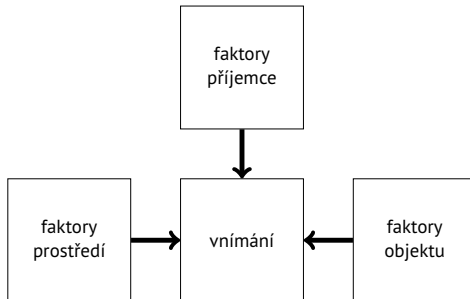
procesy

čítí → počitek

vnímání → vjem

faktory ovlivňující vnímání

faktory ovlivňující vnímání



faktory příjemce

faktory ovlivňující vnímání: příjemce

percepční organizace (perceptual organization)

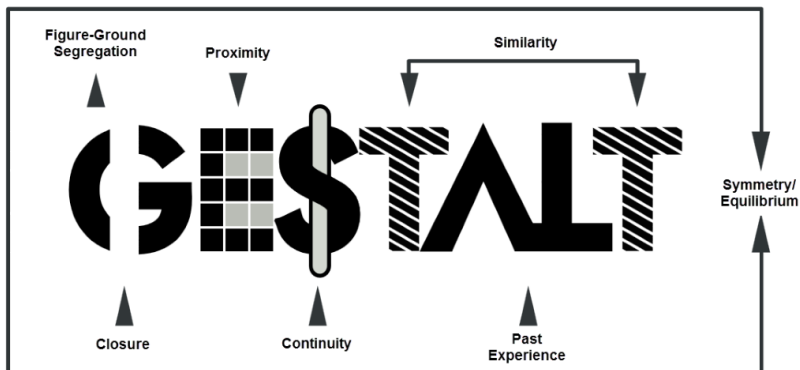
Percepční organizace je proces rozhodování o tom, jaké části vstupních informací jsou přináležející k sobě a jaké nikoli.

faktory ovlivňující vnímání: příjemce

zákon dobrého tvaru (law of prägnanz)

Z množství možných geometrických uspořádání bude zvoleno to, které má nejlepší, nejjednodušší a nejstabilnější tvar.
(Kurt, n.d.: 138)

příjemce: principy gestalt



(Richards, 2017)

příjemce: principy gestalt

1



Simplicity

Combining simplicity with creativity can lead to stunning creations.

How to Master Simplicity:

Know how to balance simple shapes with visual stimulation. Give the eye a comfortable form that helps it interpret what it sees.

(Antiuk, 2017)

příjemce: principy gestalt

2



Figure-Ground

People can immediately identify which element is the figure, and which is the ground. Use these two related principles to make the most of the figure-ground effect:

- **Area** - The viewer's mind sees the smallest element as the figure and the larger one as the ground or background.
- **Convexity** - Convex elements are related to figures.

(Antiuk, 2017)

příjemce: principy gestalt

3



Proximity

Elements close to each other are perceived as part of the same group.

Common Use

Case: Kerning. Proper kerning helps readers snap up each word.

příjemce: principy gestalt

4



Similarity

Elements that look alike are perceived as part of a group. The principle of similarity applies to:

- Color
- Shape
- Size
- Texture
- Orientation

(Antiuk, 2017)

příjemce: principy gestalt

5



Common Fate

Objects that seem to be moving in the same direction are often seen as a group.

(Antiuk, 2017)

příjemce: principy gestalt

6



Symmetry

The principle of symmetry applies to

- Mirrored shapes
- Balanced elements
- Parallel lines

(Antiuk, 2017)

příjemce: principy gestalt

7



Continuity

Objects that are plotted in a continuous pattern are grouped together by the mind. Smooth lines often make a unified figure.

(Antiuk, 2017)

příjemce: principy gestalt

8



Closure

The mind wants closure. A shape only needs to be implied for the mind to "fill in the gaps" and see what it wants to see

(Antiuk, 2017)

příjemce: principy gestalt

9



Common Region

Elements in one region are seen as one group. Badge designs are seen as unified, despite some containing text, banners, and other objects.

(Antiuk, 2017)

příjemce: principy gestalt

10



Connectedness

When there is a connection between elements, it is easy to see a unified figure.

Achieve connections with:

- **Arrow**
- **Lines**
- **Illustrations (i.e. a rope)**

(Antiuk, 2017)

příjemce: klamy

klam (delusion)

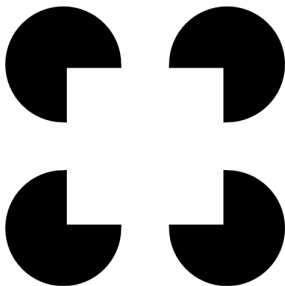
Klam označuje chybu danou procesy vnímání jednotlivce.

příjemce: neexistující objekty

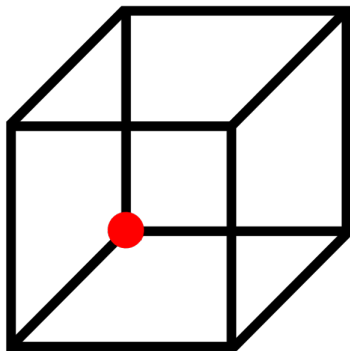
neexistující objekty (nonexistent objects)

Mylně vnímané objekty, která jsou dána především kulturně a jsou založeny na percepčních schématech.

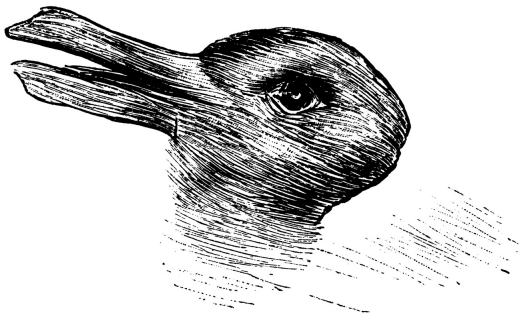
příjemce: neexistující objekty



příjemce: neexistující objekty



příjemce: dvojznačné objekty



(Unknown, 1892)

faktory prostředí

prostředí: iluze

iluze (illusion)

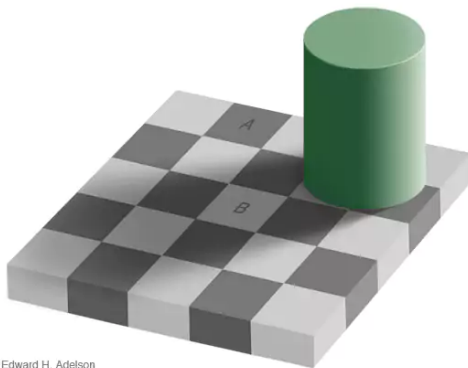
Iluze označuje mylné vnímání, které má v základu skutečný podnět a zpravidla je způsobeno fyzikálními zákonitostmi prostředí.

prostředí: iluze



(Free Image on Pixabay - Pencil, Bent Pencil, 2019)

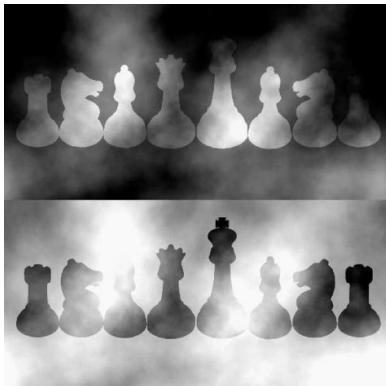
prostředí: iluze



Edward H. Adelson

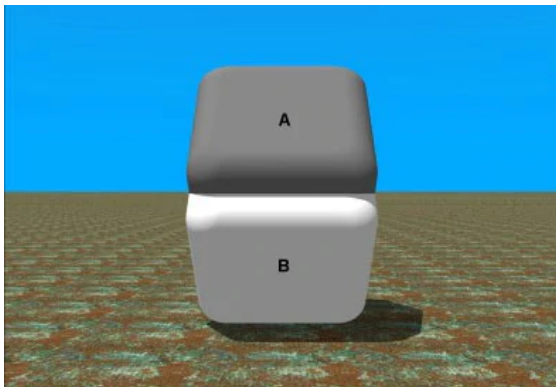
(Swanson, 2015)

prostředí: iluze



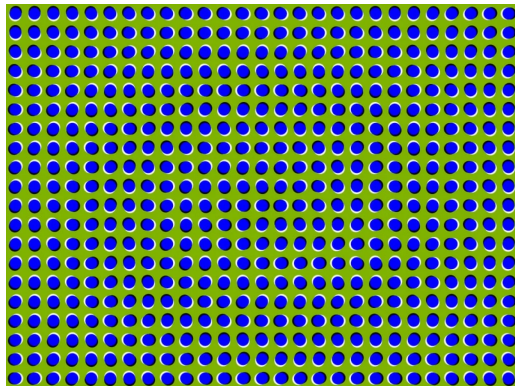
(Swanson, 2015)

prostředí: iluze



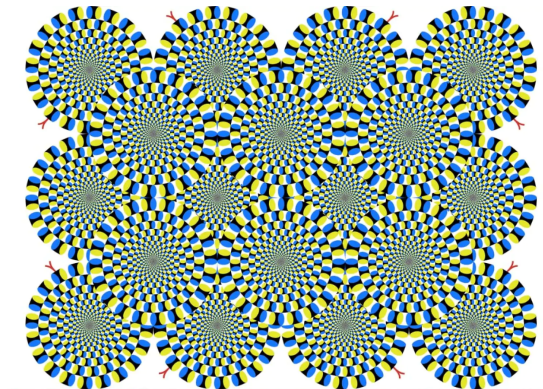
(Swanson, 2015)

prostředí: iluze



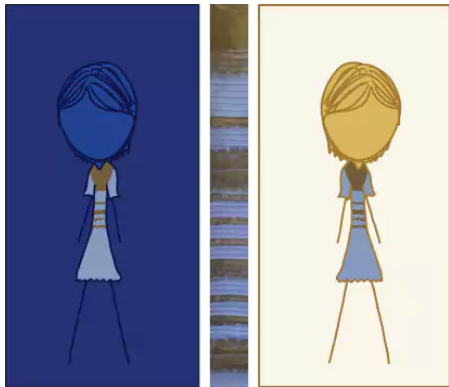
(Swanson, 2015)

prostředí: iluze



(Swanson, 2015)

prostředí: iluze



(Swanson, 2015)

vnímání: mylné vjemy

halucinace (hallucination)

Halucinace označuje mylné vnímání, které nemá žádný reálný podnět.

faktory prostředí a příjemce

prostředí a příjemce: perspektiva

- pozice božského oka

prostředí a příjemce: perspektiva



(Che, 2007)

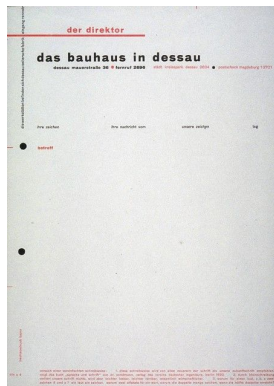
prostředí a příjemce: perspektiva



(Pair of White Dice on Top of Mirror · Free Stock Photo, 2019)

možné aplikace

firemní materiály



(Bayer, 1925)

propagace



(Studio JQ, n.d.)

katalogy



(Desii, 2016)

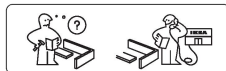
návody

EKOLN

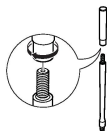


(Ikea, 2021)

návody



1



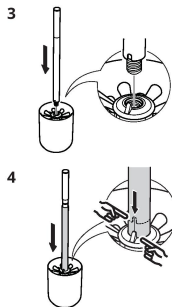
2

2



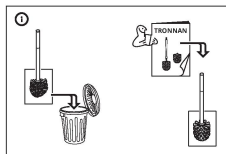
40200002

návody



3

návody



4

© Ikea 1998 Spåren, S. 200 2010 04 40209512

(Ikea, 2021)

další problémy spjaté s vnímáním

vnímání: problémy

selektivní vnímání (selective perception)

Selektivní vnímání je tendence interpretovat vjemy z prostředí na základě vlastních zájmů, zkušeností, postojů apod.

vnímání: problémy

základní atribuční chyba (fundamental attribution error)

Základní atribuční chyba je tendence při vytváření úsudku o chování druhých podceňovat vliv externích faktorů a přeceňovat vliv interních faktorů.

vnímání: problémy

sebestředný předsudek (self-serving bias)

Sebestředný předsudek je tendence osob připisovat vlastní úspěchy interním faktorům.

vnímání: problémy

sebenaplnující proroctví (self-fulfilling prophecy)

Sebenaplnující proroctví je taková situace, kdy očekávání nějakého chování nebo výsledku ovlivní situaci způsobem, že očekávané chování nebo výsledek, které by jinak nenastalo, nastane.

vnímání: problémy

haló efekt (halo effect)

Haló efekt je tendence vytvořit si obecný názor o člověku na základě jedné dominantní vlastnosti.

vnímání: problémy

efekt kontrastu (contrast effect)

Efekt kontrastu je tendence jedince hodnotit osoby nebo objekty na základě nedávné nebo simultánní zkušenosti s dalšími osobami nebo objekty.

vnímání: problémy

stereotypizace (stereotyping)

Stereotypizace je hodnocení osoby na základě vlastního vnímání skupiny, do které daná osoba náleží.

problémy: příklady

problémy: příklady



(artFido & Floyd, 2019)

problémy: příklady



(artFido & Floyd, 2019)

problémy: příklady



(artFido & Rezkallah, 2019)

další biasy a předsudky

biasy a předsudky I/IV

- Cognitive biases
 - Anchoring
 - Apophenia
 - Attribution bias
 - Confirmation bias
 - Framing
 - Halo effect
 - Horn effect
 - Self-serving bias
 - Status quo bias

biasy a předsudky II/IV

- Conflicts of interest
 - Bribery
 - Favoritism
 - Funding bias
 - Insider trading
 - Lobbying
 - Match fixing
 - Regulatory issues
 - Shilling

biasy a předsudky III/IV

- Statistical biases
- Contextual biases
 - Academic bias
 - Educational bias
 - Experimenter bias
 - Full text on net bias
 - Inductive bias
 - Media bias
 - Publication bias
 - Reporting bias & social desirability bias

biasy a předsudky IV/IV

- Prejudices
 - Classism
 - Lookism
 - Racism
 - Sexism

vnímání – problémy: příklady I/III

- **pracovní pohovor**
 - první dojem
 - stereotypy
 - očekávání
 - první 4 až 5 minut

vnímání – problémy: příklady II/III

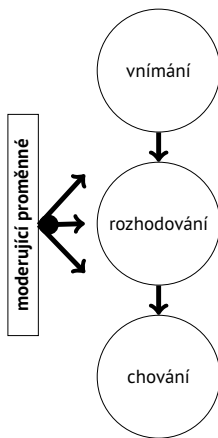
- **očekávání výkonu**
 - ovlivnění prostředí

vnímání – problémy: příklady III/III

- **hodnocení výkonu**
 - kvantifikace vs. kvalitativní přístup
 - subjektivní kritéria

SHRNUTÍ

shrnutí



pojmy a koncepty I

- percepce (perception)
 - selektivní percepce (selective perception)
- atribuční teorie (attribution theory)
 - základní atribuční chyba (fundamental attribution error)
- bias a zkreslení
 - sebestředný bias (self-serving bias)
 - anchoring bias (anchoring bias)
 - konfirmační bias (confirmation bias)
 - bias dostupnosti (availability bias)
 - eskalace závazku (escalation of commitment)
 - náhodná chyba (randomness error)
 - odmítání rizika (risk aversion)
 - hindsight bias (hindsight bias)
 - halo efekt (halo effect)
 - kontrastní efekt (contrast effect)

pojmy a koncepty II

- stereotypy (stereotypes)
 - stereotypizace (stereotyping)
 - sebenaplňující proroctví (self-fulfilling prophecy)

zdroje I

- Antiuk, N. (2017, May). *Designing With Gestalt Principles*. Retrieved from <https://www.designcontest.com/blog/designing-with-gestalt-principles/>
- artFido, & Floyd, T. (2019, March). *Cartoonist Illustrates What It's Like Being The Only Black Man In A White Office In The 1960s*. Retrieved from <https://www.artfido.com/cartoonist-illustrates-what-its-like-being-the-only-black-man-in-a-white-office-in-the-1960s/>
- artFido, & Rezkallah, E. (2019, January). *Male Photographer Reverses Gender Roles In Sexist Vintage Ads, And Some Men Don't Like Them*. Retrieved from <https://www.artfido.com/male-photographer-reverses-gender-roles-in-sexist-vintage-ads-and-some-men-dont-like-them/>
- Bayer, H. (1925). *Letterhead Design, Bauhaus Dessau*.
- Che. (2007). *Chess board 0957*. Wikimedia. Retrieved from https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/7/72/Chess_board_0957.jpg
- Desii, S. (2016). *Catalogue*.
- Free Image on Pixabay - Pencil, Bent Pencil*. (2019). Retrieved from <https://pixabay.com/photos/pencil-bent-pencil-pencil-in-water-2403662/>
- Fukuda, S. (1982). *Bonjour, Mademoiselle*.
- Fukuda, S. (1987). *Lunch With a Helmet On*.
- Ikea. (2021). *Ekoln*. Retrieved from https://www.ikea.com/cz/cs/assembly_instructions/ekoln-toilet-brush-dark-grey_AA-2259167-2_pub.pdf
- Kurt, K. (n.d.). *Principles of Gestalt psychology*. Kegan Paul.
- Pair of White Dice on Top of Mirror · Free Stock Photo*. (2019). Retrieved from <https://www.pexels.com/photo/pair-of-white-dice-on-top-of-mirror-705171/>
- Richards, K. (2017, December). *Gestalt Principles*. Medium. Retrieved from <https://medium.com/@KyleRichards/gestalt-principles-c6d233014e57>
- Studio JQ. (n.d.). *wine city*.
- Swanson, A. (2015, February). *12 fascinating optical illusions show how color can trick the eye*. WP Company. Retrieved from https://www.washingtonpost.com/news/wonk/wp/2015/02/27/12-fascinating-optical-illusions-show-how-color-can-trick-the-eye/?noredirect=on&utm_term=.30b7aa6519cc
- Unknown. (1892). *Kaninchen und Ente*.
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Kaninchen_und_Ente.png. ([2018-08-16])

Tato prezentace vznikla za podpory
Fondu rozvoje Masarykovy univerzity
Projekt: MUNI/FR/1282/2017
Inovace výuky psychologie, sociokulturních
a manažerských dovedností v rámci ESF

**M A S A R Y K
U N I V E R S I T Y**