



# NORMATIVNÍ SPOLEČENSKÝ VLIV A KONFORMITA (*normative social influence and conformity*)

---

## Konformita

- běžný jev
- vliv skupiny, jejímiž příslušníky se cítíme
- přizpůsobování se tlakům (očekáváním) ze strany společnosti
- míra konformity ve společnosti – závisí na míře našeho (ne)souhlasu s postoji společnosti
- příklady nesouhlasu – např. v talk show



# Teorie sociálního vlivu (*social impact theory*)

---

- zahrnuje konformitu vůči všem druhům společenského vlivu
- autor Bibb Latané (1981)
- zkonstruoval matematický model, který vystihuje hypotetické účinky síly, bezprostřednosti a počtu a aplikovat tuto formuli na výsledky mnoha studií o konformitě



# Teorie soc. vlivu (pokr.)

---

Pravděpodobnost, že budeme reagovat na soc. vliv jiných lidí závisí na třech proměnných:

- **Síla** (*strength*), která vychází z toho, jak je pro nás dotyčná skupina lidí důležitá; **konformita roste se silou**; čím důležitější je pro nás skupina, tím častěji se v ní vyskytujeme a tím je pravděpodobnější, že podlehneme jejím normativním vlivům.
- **Bezprostřednost** (*immediacy*), která závisí na tom, jak blízká – prostorově i časově – je nám dotyčná skupiny v průběhu působení; **konformita roste s bezprostředností** a čím častěji se ve skupině vyskytujeme, tím je pravděpodobnější, že podlehneme jejím normativním vlivům.
- **Počet osob** (*number*), které jsou členy dané skupiny. Jak se zvětšuje velikost skupiny, **každá dodatečná osoba má menší ovlivňovací efekt**; čím větší počet, tím nižší relativní důležitost – obdobně jako v ekonomice zákon klesajících výnosů – jeden dolar má větší hodnotu pro nezaměstnaného než pro milionáře.



# Vliv skupiny na jednotlivce – působící faktory:

---

## **Velikost skupiny. Tříčlenná nebo vícečlenná skupina** (*size of the group*).

Asch (1955) prokázal:

- skupina nepotřebuje být mimořádně velká, aby uplatnila normativní sociální vliv
- konformita vzrůstá s nárůstem počtu členů, ale pouze do určitého bodu; dosáhne-li většina počtu čtyř, připojení dalších osob má na konformitu již malý vliv

## **Důležitost skupiny** (*importance of the group*)

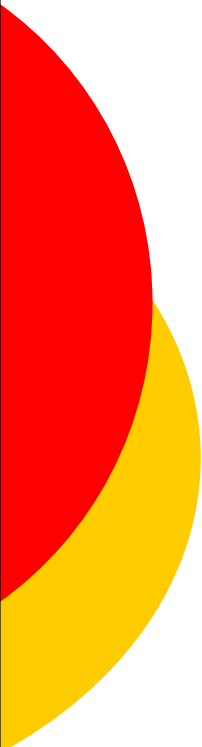
- síla skupiny – definovaná důležitostí skupiny pro nás – způsobuje rozdíl v míře konformity
- skupiny, ke kterým jsme silně přitahováni a se kterými se silně identifikujeme, na nás uplatní více normativního vlivu (Abrams, Wetherell, Cochrane, Hogg a Turner, 1990)

# Vliv skupiny na jednotlivce – působící faktory: (pokr.)

---

## **Spojenci ve skupině** (*allies in the group*)

- normativní sociální vliv je nejmocněji pocítován, když všichni ve skupině cítí nebo říkají totéž
- Efekt spojení – lidé si snáze udrží nekonformní názor, pokud najdou spojení – např. členové kultu Nebeské brány, teorie ploché země; bez spojení je velmi obtížné, ne-li nemožné postavit se na odpor jednohlasnému sociálnímu vlivu
- pozorování další osoby, jak vzdoruje normativnímu společenskému vlivu povzbuzuje jednotlivce k tomu, aby se choval stejně



# Vliv skupiny na jednotlivce – působící faktory: (pokr.)

---

## **Kolektivistická kultura skupiny** (*collectivistic culture*)

- kulturní hodnoty společnosti, ve které člověk vyrůstá, ovlivňují sociální vliv (Bond, Smith, 1996, meta-analýza 113 studií postojových úsudků ze 17 zemí)
- kolektivistické kultury prokazovaly vyšší míru konformity (oceňují ji) než individualistické kultury (USA)
- společnosti, které jsou závislé na lovu a rybolovu (Eskymáci z ostrova Baffin) oceňují nezávislost, asertivitu a dobrodružnost
- společnosti, ve kterých převládalo zemědělství (africký kmen Temne), oceňují spolupráci, konformitu a přijetí
- úroveň konformity v USA a Velké Británii se mění – procentuálně se snižuje



# Vliv skupiny na jednotlivce – působící faktory: (pokr.)

---

## **Nízké sebehodnocení** (*low self-esteem*)

- lidé s nízkým sebehodnocením jsou zvláště náchylní ke konformitě, protože se bojí odmítnutí nebo trestu ze strany své skupiny (Asch, 1956)
- vztah mezi osobnostními rysy a konformním chováním není vždycky zcela jasně ohraničený, může být velice slabý nebo nemusí vůbec existovat (Marlowe, Gergen, 1970)
- lidé často nejsou příliš konzistentní ve způsobu, jak reagují na různé sociální situace (McGuire, 1968)
- Při objasňování lidského chování je často důležitější sociální situace než osobnost (základní princip sociální psychologie)



# Vliv skupiny na jednotlivce – působící faktory: (pokr.)

---

## **Rozdíly v příslušnosti k pohlaví** (*gender differences*)

- Ženy se mnohem více přizpůsobují než muži – prezentováno jako fakt.
- Meta-analýza 135 studií ovlivnitelnosti, které zahrnovaly více než 21 000 účastníků (Eahly, Carli, 1981) prokázala, že
  - v průměru jsou muži méně ovlivnitelní než ženy
  - míra rozdílu je velmi malá (méně ovlivnitelných je 56% mužů)
  - rozdíly v pohlaví z hlediska ovlivnitelnosti se fakticky stírají v situacích beze svědků
  - toto schéma výsledků pochází ze soc. rolí mužů a žen, jimž je naše společnost naučila
- Badatelé mužského rodu spíše než badatelky dospěli k závěru, že muži jsou méně ovlivnitelní; neboť ženy budou spíše konformní v neznámých situacích, navozených muži - experimentátory

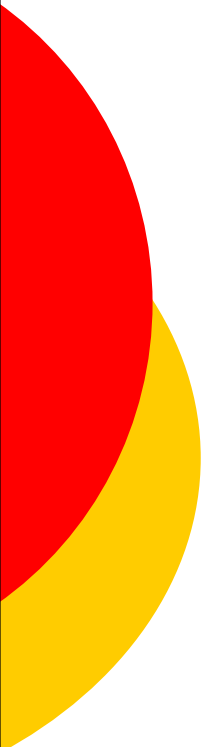


# Odolnost vůči normativním sociálním vlivům (resisting to normative social influence)

---

## ***Co můžeme udělat, abychom odolali nevhodnému normativnímu sociálnímu vlivu?***

- musíme si uvědomit, že na nás působí
- spustit obranný mechanismus – obrnit se proti možnému posměchu, pocitu trapnosti nebo odmítnutí, se kterými bychom se mohli setkat
- snažíme se najít osobu (nebo ještě lépe skupinu), která uvažuje stejně jako my
- získat právo se příležitostně odchýlit (*idiosyncrasy credits*) (Hollander, 1958, 1960)

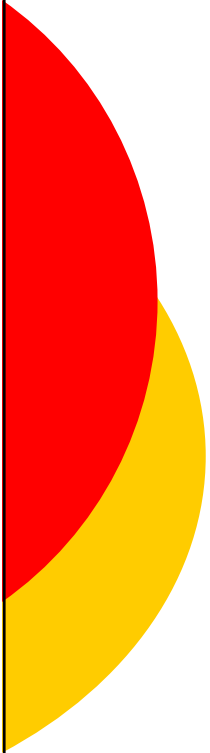


## Menšinový vliv (*minority influence*): *ovlivnění většiny menšinou*

---

Jestliže skupina opravdu úspěšně umlčí nonkonformisty, odmítne ty, kteří se odchýlí, a přesvědčí všechny, aby následovali hlediska většiny, jak by vůbec mohlo ve skupině dojít ke změnám?

- jednotlivec nebo menšina ve skupině může ovlivnit chování a názory většiny (Moscovici, 1985, 1994) – **menšinový vliv**
- klíčem je **konzistence**: lidé s menšinovými názory musí průběžně vyjadřovat stejný postoj a jednotliví členové minority musí mezi sebou souhlasit – příklad: zájem o globální oteplování



# Menšinový vliv (*minority influence*): *ovlivnění většiny menšinou*)

---

Jak menšinový vliv působí?

- většiny uplatňují **normativní** sociální vliv (*normative social influence*) – členové většiny neochotně veřejně souhlasí s menšinou
- menšiny využívají **informační** sociální vliv (*informational social influence*) -menšina tak seznamuje skupinu s novými, nečekanými informacemi a dosáhne toho, že skupina tyto informace prozkoumá mnohem pečlivěji, uvědomí si hodnotu menšinového názoru a přijme plně nebo částečně názor menšin
- Shrnutí: většiny – veřejný soulad díky  
normativnímu soc. vlivu  
menšiny – soukromý souhlas prostřednictvím  
informačního soc. vlivu



# VYUŽITÍ SOCIÁLNÍHO VLIVU NA PODPORU PROSPĚŠNÉHO CHOVÁNÍ

---

Využití tendence ke konformitě k ovlivnění lidského chování společensky prospěšným směrem

Př. *Všichni víme, že odhazování odpadků je špatné. Jak se však zachováme?*

- *pohodíme obal od svačiny na zem?*
- *schováme obal v kapse, dokud nenarazíme na odpadkový koš?*

## **MODEL NORMATIVNÍHO CHOVÁNÍ**

Sociální normy mohou lidi přimět, aby se přizpůsobili správnému (společensky schvalovanému) chování (Cialdini a kol., 1991)



# Podpora prospěšného chování (pokr.)

---

Dva druhy sociálních norem:

NORMY PŘIKAZUJÍCÍ (*injunctive norms*)- **co je obvykle schvalováno či neschvalováno**

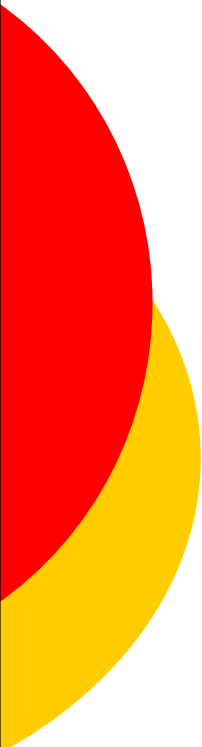
- v naší kultuře např. odhazování odpadků je špatné
- Chování je motivováno odměnou a trestem

NORMY POPISNÉ (*descriptive norms*) – **co se obvykle dělá**

- *např. odhození na zem sáčku od arašídů při baseballovém utkání*
- *chování je motivováno skutečným (obvyklým) stavem věci*

*Norma v konkrétní situaci*

- určuje druh soc. vlivu podnětného pro společensky prospěšné chování



# Funkce příkazujících a popisných norem

---

- ❖ výzkumy (Caldini a kol., 1991), jak příkazující a popisné normy působí na pravděpodobnost znečišťování prostředí odpadky

**Příklad:** chování návštěvníků knihovny, kteří se vraceli k autu na parkovišti a za stěračem našli leták

## **Podmínky působení:**

1. bez přímého působení – spolupracovníci výzkumu nic nedělali ani neříkali (**kontrolní skupina**)
2. **popisná norma** - spolupracovník upustil obal na zem před procházejícím účastníkem experimentu a vyjádřil se ve smyslu, že jde přece o běžný způsob chování
3. **příkazující norma** – spolupracovník nic nenesl a před účastníkem sebral obal a naznačil nesouhlas s odhazováním odpadků

## **Prostředí:**

1. znečištěné parkoviště
2. uklizené parkoviště

# Funkce příkazujících a popisných norem (pokr.)

---

## Možnosti reakcí:

1. zahodit leták na zem
2. vzít leták s sebou do auta, protože na parkovišti nejsou odpadkové koše

## Výsledky:

- ❖ 37-38 % lidí z **kontrolní skupiny** vyhodilo leták na zem (ať bylo parkoviště znečištěné či uklizené)
- ❖ V podmínkách **popisné normy** se odhazování odpadků **snížilo jen v případě uklizeného parkoviště**
- ❖ V podmínkách významně působící **příkazující normy** (účastníci výzkumu viděli spolupracovníky výzkumu sbírat odpadky), **klesá znečišťování významně a to v obou typech prostředí**

## Závěr:

- Příkazující normy jsou vlivnější než popisné (uklízejíci člověk nám připomíná, že znečišťované prostředí se v naší společnosti odsuzuje).
- Pro pozitivní změnu v chování jsou třeba informace související s příkazujícími normami.



# VYHOVĚNÍ ŽÁDOSTI O ZMĚNU CHOVÁNÍ

---

Vedle informačního soc. vlivu (lidé slouží jako pramen informací) a normativního soc. vlivu (tlak společenských norem) existuje konformita založená na

- **VYHOVĚNÍ** (*compliance*) – změna v chování na přímou žádost jiné osoby, i při nepřítomnosti aktivní ochoty. (Některé věci – činy bychom raději nedělali, protože se nám zdají např. nemorální nebo naopak protože se nám nechce – Charita nás žádá o příspěvek na prospěšnou věc a nám se nechce vydávat peníze.)

*STUDIE* – KDY A PROČ lidé spíše vyhoví těmto žádostem  
(Cialdini, 1993)





# Vyhovění žádosti o změnu chování – techniky získání souhlasu

---

## **BEZMYŠLENKOVITÁ KONFORMITA** (*mindless conformity*)

- podrobení se zvnitřněným sociálním normám (*internalized social norms*) bez uvažování o následcích
- např. zaplatíme lístek za parkování člověku, který si řekne, aniž bychom zjišťovali jeho oprávnění poplatek vybírat)

### **Výhoda:**

- většina norem, podle kterých automaticky jednáme, nás **vhodně vedou**
- např. by nebylo užitečné legitimovat každého výběrčího parkovného – velká ztráta času)

### **Nevýhoda:**

- **někdy nevhodné chování** při přepnutí „na autopilota“ – chybí sebekontrola

### **Experiment** - (*Langer a kol., 1978*):

- *Sekretářky obdržely sdělení s docela pošetilou žádostí*
- *90 % sekretářek této žádosti vyhovělo (ve smyslu dělej, co sdělení říká, že máš dělat)*

# Vyhovění žádosti o změnu chování (pokr.)

---

## **TECHNIKA PŘEHNANÉHO POŽADAVKU** (*door-in-the-face technique*)

### **Podstata:**

- slouží k získání souhlasu druhé osoby s požadavkem, který vůči ní máme
- zpočátku „nasadíme“ mnohem vyšší požadavek, než kterého chceme dosáhnout
- pak slevíme na menší, reálnější požadavek, kterému díky kontrastu vůči předchozímu osoba pravděpodobně vyhoví
- např. požádáme-li člověka o 500 dolarů pro nějakou asociaci, zřejmě odmítne, ale zeptáme-li se ho pak, zda by mohl darovat 5 dolarů, pravděpodobně ustoupí a peníze daruje

### **Fungování:**

- díky **normě vzájemnosti** (*reciprocity norm*)
- cesta kompromisu – jestliže provedeme ústupek od přehnaného požadavku, respondent se cítí zavázán ustoupit od kategorického odmítnutí

# Vyhovění žádosti o změnu chování (pokr.)

---

## **TECHNIKA „NOHY VE DVEŘÍCH“, „CHYCENÉHO PRSTU“ (foot-in-door technique)**

### **Podstata:**

- opačný postup od techniky přehnaného požadavku
- název odvozen od podomního prodeje
- technika, kdy nejdříve začneme s menší prosbou, u které předpokládáme, že budou lidé souhlasit
- po získání souhlasu (s pomocí) je pravděpodobné, že osoba vyhoví i našim dalším, větším požadavkům

### **Fungování:**

- Např. jestliže sbíráme peníze pro určitou asociaci a chceme, aby lidé přispívali dlouhodoběji, požádáme je o malou částku, třeba 1 dolar. Pokud souhlasí, mají sami dobrý pocit (*self-image*) z toho, že pomohli dobrému projektu a pravděpodobnost, že přispějí i příště se zvyšuje
- účinky na dlouhodobější ochotu (long-term compliance)



# Literatura:

---

Aronson, E., Wilson, T.D., Akert, R.M (2004): *Social psychology*. New Jersey, Prentice-Hall.  
(Chapter 8, 275-287)

Vypracovaly:  
PhDr. Miroslava Chroboková  
Jitka Přikrylová