

Sociální psychologie 4

Teorie mysli a halo efekt

Jan Krása

Katedra psychologie, Pedagogická fakulta, MU

Budování dojmu o druhých

Důvod budování dojmu o druhých? – žijeme s lidmi a potřebujeme předvídat jejich chování, abychom s nimi mohli kooperovat – na tom je založena celá lidská kultura. Srov. Dunbarovu *social brain hypothesis*.

Budování dojmu o druhých

Působí na nás **efekt primarity** (resp. efekt pořadí), v jakém jsou informace o někom (o něčem) prezentovány.

Solomon Asch (1946) zjistil, že ze stejného seznamu 3+3 atributů generujeme odlišné představy o nositeli podle pořadí atributů.

Možné vysvětlení?: První informace jsou asi chápány jako *centrální* a následující jako *okrajové*.

Srov. roli primarity ve zpětné vazbě pro žáky.

Srov. roli primarity v popisu žáků, tříd, osob...

Halo efekt

Ačkoli by málokdo o sobě prohlásil, že se nechá při posuzování lidí svést vnějším zjevem, výzkumy ukazují pravý opak.

- Def.: jedná se o globální posuzování druhého podle celkového dojmu z něj, bez posouzení všech ostatní dojmů.
- Přítomnost určitého centrálního rysu (např. fyzické **atraktivity**) ovlivňuje celkový dojem z **člověka**. (bez ohledu na efekt pořadí)
- **Edward Thorndike** (1920) první psal o **halo efektu** pouze u osob (*halo*, nikoli Haló, je náboženský termín!)
- Vyzoroval příliš těsné a podobné korelace v hodnocení vlastností osob.

Halo – svatozář – většina náboženství



Halo efekt

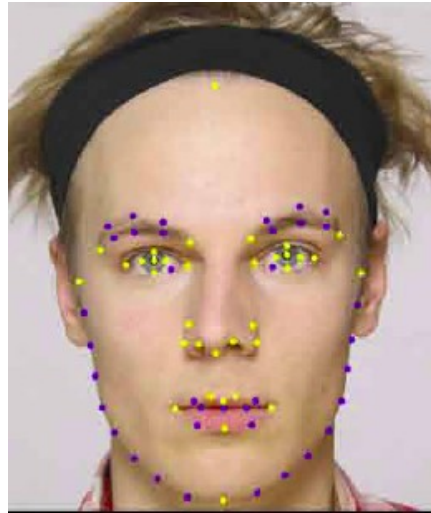
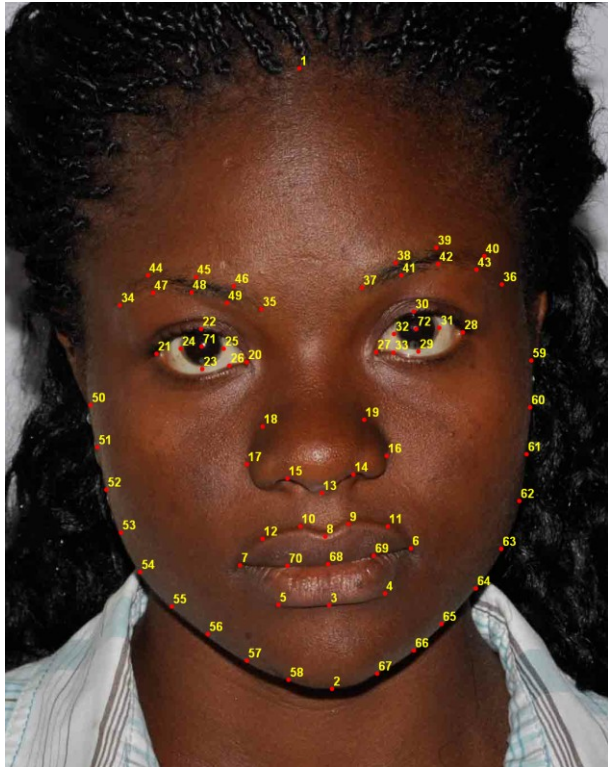
- Základním stavebním kamenem halo efektu je nalezení centrálního rysu pozorované osoby, např. **atraktivita**, vztah ke zvířatům, k fotbalu, politický názor, používání konkrétních artefaktů atp.) – ten je pak asociačně spojen s několika dalšími rysy osobnosti: atraktivní lidé jsou posuzováni také jako otevřenější, sociálně zdatnější, chytřejší, odvážnější, morálnější apod.
- Např. Knap (1978) zjistil, že muži v USA vyšší 1,83 m dostávají o 10% vyšší nástupní plat.

Krátce o výzkumu atraktivity a tváří vůbec



Tento a následujících 5 slidů o lidských tvářích je z prezentace Kleisner, 2018, Kognitivní škola

Kredit: Kleisner, PŘF UK



$$S = \sqrt{\sum_{i=1}^k (x_i - \bar{x})^2 + (y_i - \bar{y})^2}$$

$$D_{12} = \sqrt{\sum_{i=1}^k (x_{1i} - x_{2i})^2 + (y_{1i} - y_{2i})^2}$$

unattractive 1 2 3 4 5 6 7 attractive

tpsRegr -- shape regression

File Options Compute Display Help

Data: heavy_33_notrich_AL

33 95%

Indep. var.: pro regr_HEAVY.nts

1 variable
72 links

Computation: Consensus

Regression

Partial warps

Perm. tests...

CPU Usage 20%
Clock: 2935MHz
Used: 1816MB
Free: 6367MB
Total: 8183MB
RAM: 22%
Core 1: 53%
Core 2: 0%
Core 3: 32%
Core 4: 0%
Core 5: 0%
Core 6: 40%
Core 7: 8%
Core 8: 3%

Permutation tests

Number: 5000

Block size: 2

Permute: All
 Within blocks
 Among blocks

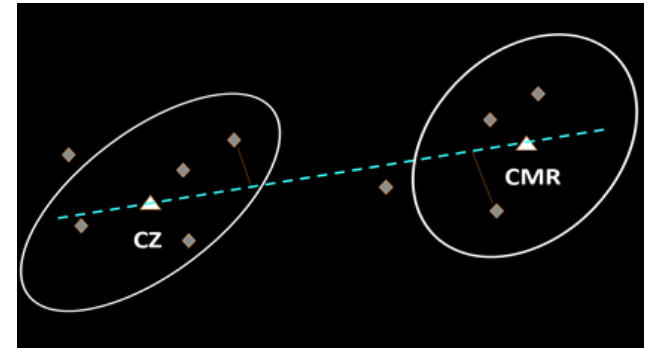
Compute

Regression visualization plot

File Edit Options Help

4.3000 X: X1

Scores of distinctiveness (SDi):
the more a face is distant from its ingroup mean (on axis towards outgroup mean) the more distinct it is and the more it resembles outgroup standards.

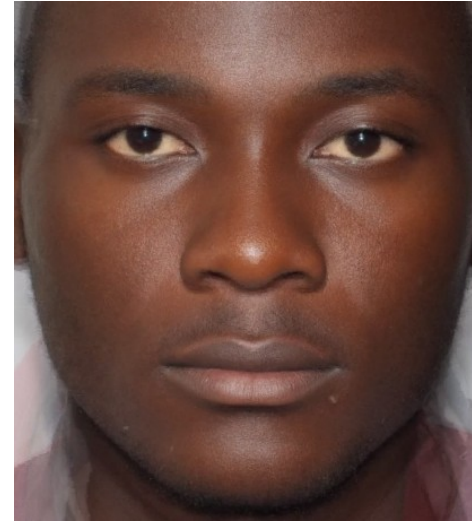


CZ farthest away from CMR

CZ closest to CMR

CMR closest to CZ

CMR farthest away from CZ



Perceived Aggressiveness Predicts Fighting Performance in Mixed-Martial-Arts Fighters

Psychological Science
24(9) 1664–1672
© The Author(s) 2013
Reprints and permissions:
sagepub.com/journalsPermissions.nav
DOI: 10.1177/0956797613477117
pss.sagepub.com
SAGE

Detecting danger that does not really exist (false positive error) is much less costly than the failure to detect real danger (false negative error)

Low Aggressiveness

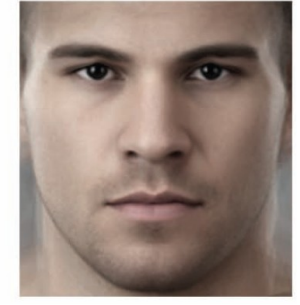
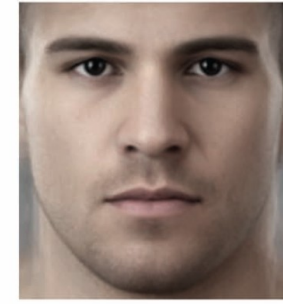
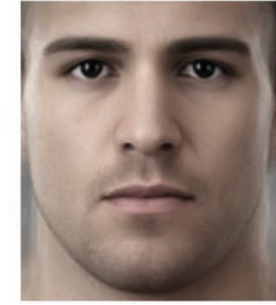
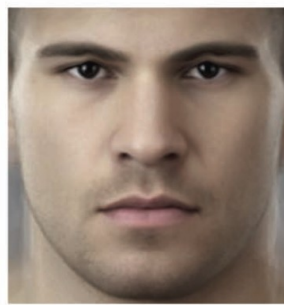
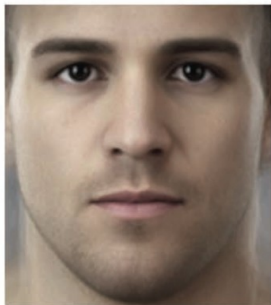
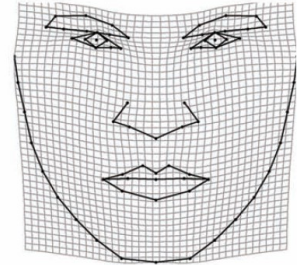
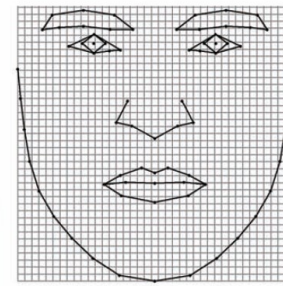
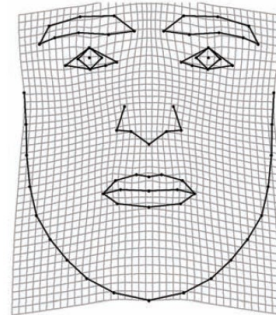
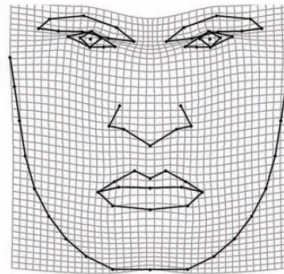
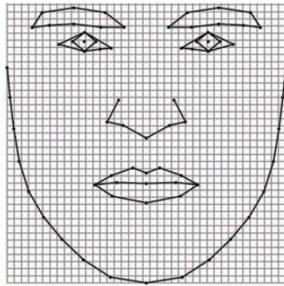
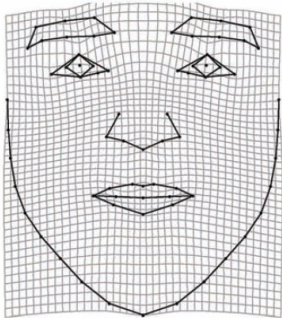
Average

High Aggressiveness

Low Fighting Success

Average

High Fighting Success

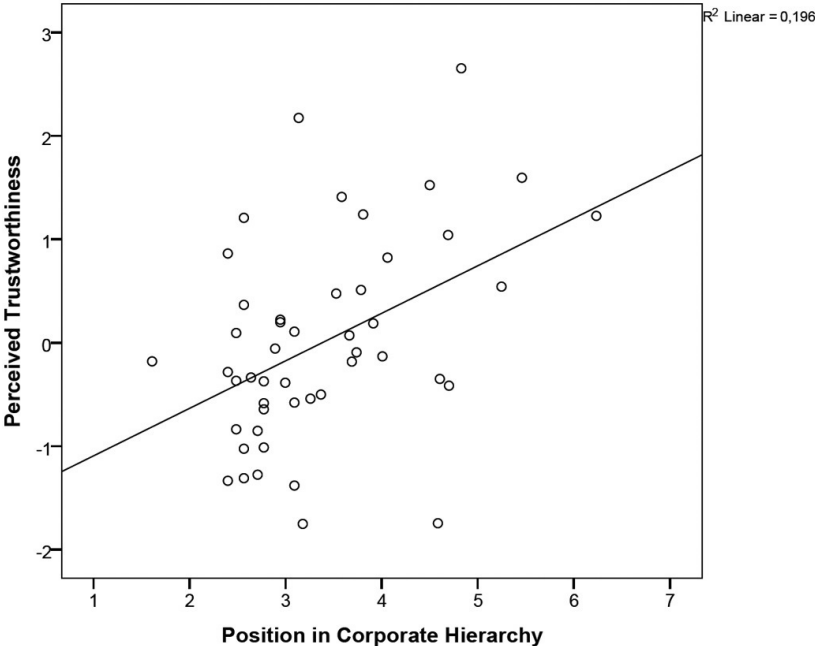


Perceived trustworthiness is associated with position in a corporate hierarchy

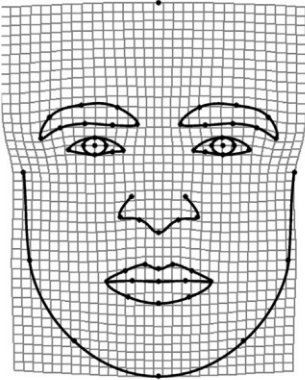
Lenka Linke^a, S. Adil Saribay^b, Karel Kleisner^{a,*}

^a Department of Philosophy and History of Science, Faculty of Science, Charles University in Prague, Czech Republic

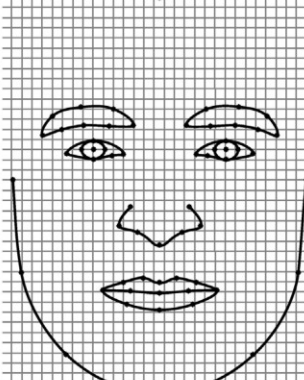
^b Department of Psychology, Faculty of Arts and Sciences, Boğaziçi University, Istanbul, Turkey



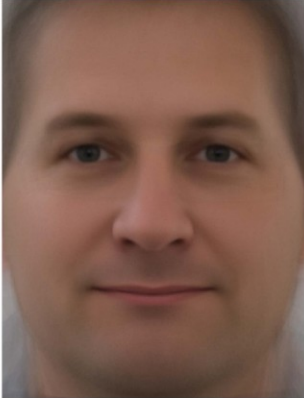
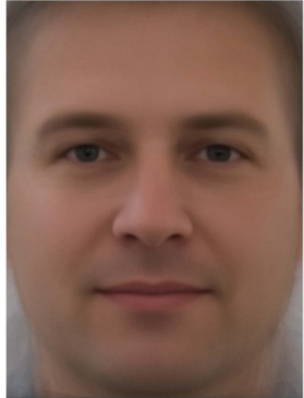
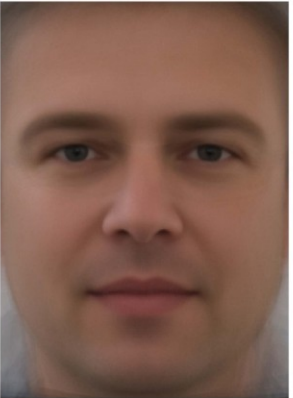
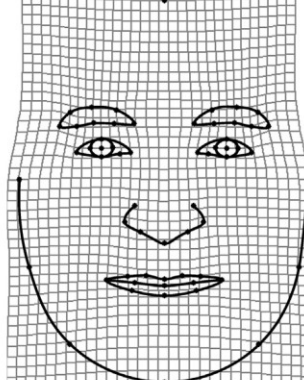
Low Perceived Trustworthiness



Average



High Perceived Trustworthiness



Czech and Turkish composite female faces

Upper line: 6 faces closest to determined position unwarped to predicted SDi shape

Bottom line: always the same 10 facial textures unwarped to predicted SDi configuration

CZ far away from TR



CZ mean



CZ closest to TR



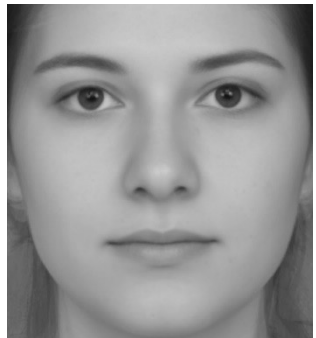
TR closest to Czech



TR mean



TR far away from CZ



Halo efekt - atraktivita

Landy & Sigall (1974) demonstrovali halo efekt na posuzování inteligence a akademických schopností. 60 studentů (muži) posuzovali kvalitu esejí, které byly jak dobré tak špatné. Třetina esejí obsahovala fotku atraktivních žen, třetina neatraktivních a třetina fotku neměla (tzv. kontrolní skupina).

Respondenti dávali jasně lepší hodnocení atraktivním autorkám: Na škále od 1 do 9 dostávaly dobré eseje atraktivních autorek průměrné hodnocení 6,7, zatímco neatraktivní 5,9 (6,6 pro kontrolní skupinu bez fotek). Rozdíl byl nicméně ještě větší, když byly posuzovány špatné eseje: atraktivní dostaly 5,2, bez fotky 4,7 a neatraktivní 2,7.

Halo efekt - atraktivita

Dion, Berscheid & Walster (1972) uskutečnili výzkum se 60 studenty. Každý student dostal 3 různé fotografie: atraktivní, průměrně atraktivní a neatraktivní osoby.

Osoby posuzovali na 27 osobnostních škálách (altruismus, sebeprosazování, důvěryhodnost atp.), dále měli odhadnout celkovou spokojenost a nakonec i určit jak prestižní profesi vykonávají.

Výsledky ukázaly, že respondenti předpokládali, že více sociálně žádaných vlastností mají atraktivní lidé (oproti průměrným a neatraktivním). Respondenti také věřili, že atraktivní lidé vedou šťastnější životy, mají šťastnější manželství, lepší rodiče a lepší kariéru než ostatní.

Halo efekt - atraktivita

V jiné studii (Ostrove & Sigall, 1975) byly posuzovány dva hypotetické zločiny: loupež a podvod.

Loupež: žena si pořídila ilegálně klíč a ukradla 2200 \$.

Podvod: žena manipulovala s mužem, aby investoval do fiktivní firmy 2200 \$.

Výsledky ukázaly, že posuzovatelé odlišovali typ zločinu.

Pokud nebyl zločin ovlivněn atraktivitou (loupež), neatraktivní pachatelky byly trestány více.

Pokud zločin s atraktivitou souvisel (podvod), byly více trestány atraktivní pachatelky .

Halo efekt - atraktivita

Političtí kandidáti, kteří vypadali více atraktivní, byly posuzováni také jako více kompetentní a byly více voleni.

Palmer & Peterson (2012) zjistili, že atraktivnější kandidáti byli posuzováni také jako informovanější.

To ukazuje, jak velký vliv v politice má atraktivní vzhled a jeho mediální vylepšování.

Halo efekt

Může být pozitivní, ale i **negativní** (*devil's effect, horns effect*) halo efekt.

Konfirmační zkreslení (*confirmation bias*)

- Je to tendence vyhledávat, interpretovat a upomínat si zvláště na takové informace, které potvrzují (konfirmují) naše existující přesvědčení (*beliefs*) a schémata, zatímco nepoměrně méně uvažujeme o jiných, alternativních, možnostech (Plous & Scott, 1993).
- Výraznější je u emočně nabitých témat.
- Užítí nejednoznačných důkazů k podpoře vlastních domněnek.
- Spojuje tyto jevy: **iluzorní korelaci** (kdy máme dojem, že určité jevy spolu souvisí, přičemž však spolu nesouvisí), **perseveraci přesvědčení** (jev, kdy *belief* přetrvává, resp. je vybaven, i po jeho vyvrácení), **efektu pořadí** (za důležitější považujeme první informaci: původnější je lepší).

Pygmalion efekt

Sociální kognice (jak ostatní vnímáme?) je jedna věc. Druhá věc je to, že naše přesvědčení (*belief*) může ovlivňovat a také ovlivňuje naše chování a tím i chování druhých. =sebenaplňující se proroctví.

Srov. labeling theory (**teorie nálepkování**): nálepka kriminálního překryje nálepku rodiče, přítele, souseda atd.

Pygmalion efekt

Rosenthal & Jacobson (1968) ukázali, že jestliže učitelé byli navedeni, aby si mysleli, že jsou někteří žáci perspektivnější, tito žáci skutečně po nějaké době měli lepší výsledky (pomocí objektivních metod měření). Skutečnost může být očekáváním pozitivně (**Pygmalion efekt**) či negativně (**golem efekt**) ovlivněna.

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

Role předvolebních průzkumů.
Příklady ze života?

Teorie mysli

- Ke koordinaci ve skupině máme mj. vyvinut modul **teorie mysli (ToM = Theory of mind)**, **v rámci ToM máme rozvinutou implicitní teorii osobnosti (ITO)**.

Teorie mysli

- Def.: Teorie mysli je soubor schopností, předpokladů, znalostí a zkušeností, který nám **umožňuje přisuzovat mentální stavy druhým lidem i sobě samým a na základě toho porozumět chování a predikovat jej.** (Hončíková, 2008)
- Mentálními stavy jsou „například úmysl (*purpose*) nebo záměr (*intention*), stejně tak vědění (*knowledge*), přesvědčení (*belief*), myšlení (*thinking*), pochyby (*doubt*), domněnky (*guessing*), předstírání (*pretending*), náklonnost (*liking*) a tak dále.“ (Premack, Wodruff, 1978)

Teorie mysli (mentalizace, *theory of mind* = ToM)

- „Teorie mysli (Theory of Mind) je schopnost připisovat sobě i druhým mentální stavy, jako jsou přání (*desires*), přesvědčení (*beliefs*), pocity (*feelings*) a záměry (*intentions*). Znalost toho, co lidé chtějí, co si myslí, co pociťují a co zamýšlejí, nám umožňuje činit behaviorální předpovědi toho, jak budou jednat“ (Perner, Lang, 1999).

- ToM úzce souvisí s tzv. **folkovou psychologií**. „Folková psychologie představuje více či méně uspořádaný soubor laických ‚vědomostí‘ o lidské psychice, jejích vlastnostech, psychických procesech a funkcích, jakož i vědomosti o lidském chování, jeho projevech, změnách a druzích“ (Sedláková, 2000, s. 453–454)
- Každý z nás má nějakou představu o tom, jak funguje lidská mysl a jaké jsou její obsahy... (vycházíme z předpokladu duševně zdravého a normálně vyvinutého jedince) ... zároveň předpokládáme konzistenci v myšlení a jednání člověka.

- Naše každodenní psychologické teorie jsou i přes individuální odlišnosti do značné míry totožné (v rámci jedné kultury), což nám umožňuje vzájemnou komunikaci a společné aktivity. (Hončíková, 2008)

ToM je mentální reprezentací druhého řádu.

- 1. ř. Plotna je horká.
- 2. ř. Někdo ví, že plotna je horká.
- 3. ř. Někdo vidí (ví), že někdo ví, že plotna je horká.
- 4. ř. Někdo vypráví (ví) o tom, že někdo vidí (ví), že někdo ví, že plotna je horká.

Teorie mysli

Mezi 2. a 5. rokem si děti vybudují základy **teorie mysli**. Ta obsahuje modely toho:

- jak mysl funguje,
- co mysl obsahuje,
- jak naše přání ovlivňují naše chování,
- jak naše přesvědčení ovlivňují naše chování,
- - atd.

Teorie mysli je složité **kognitivní schéma** a obsahuje ve své nejjednodušší formě tyto konstrukty: **přání, přesvědčení, vnímání a emoce**.

Vývoj ToM (Wellman, Gopniková ad.)

1. pochopení vztahu jak naše **přání** ovlivňují naše **chování**

Již **2** letí, ačkoli si sami raději hrají s autíčky než s panenkami, odhadnou, že postava v příběhu si bude hrát s panenkami, když má radši panenky.

Vývoj ToM (Wellman, Gopniková ad.)

2. pochopení vztahu jak naše **přesvědčení** ovlivňují naše **chování**

False-believe task - Wimmer, Perner (1983): **problém chybného přesvědčení (*false-believe task*)**: Např. dítěti je ukázána krabička od bonbónů. Co v ní je? – Bonbóny. Nikoli: tužky. Co si bude myslet další dítě? **2-letí**: Bonbóny. **3-4letí** již vědí. (!)

Je-li dítě schopno pochopit, že subjekt může mít mylnou představu o stavu světa a na základě této představy jednat, znamená to, že si osvojilo teorii mysli: uvědomuje si, že **nikoli objektivní stav skutečnosti, ale naše reprezentace této skutečnosti je tím, co určuje naše chování**. (Hončíková, 2008, s. 37)

Teorie mysli

Mezikulturní studie ukázala, že děti mezi 3. a 5. zvyšují úspěšnost ve *F-B-task* v Kanadě, Indii, Peru, Thajsku i na Samoy (ze 14% na 85%).

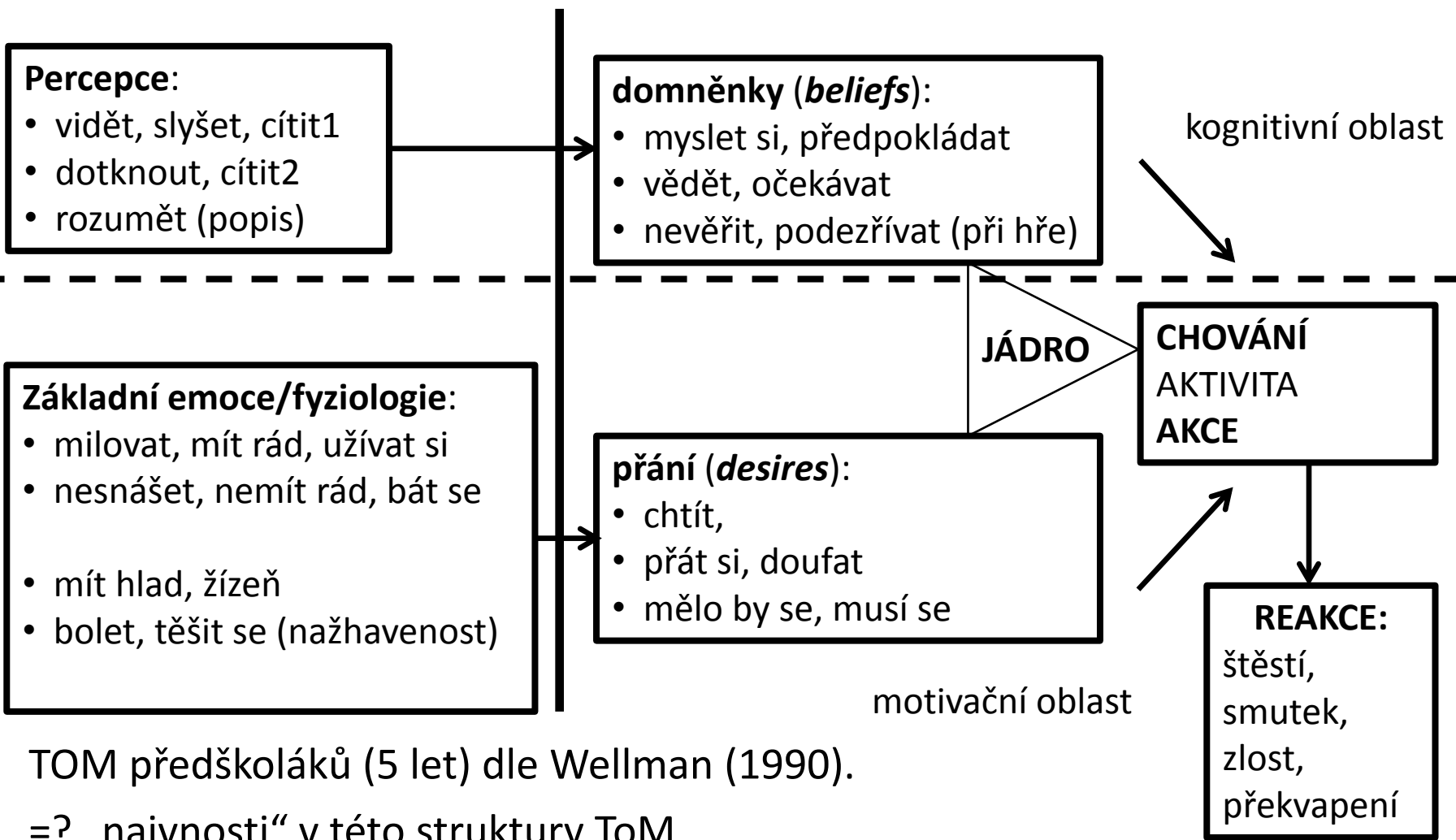
= vývojová univerzálie.

Nebo:

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

3letí už si myslí, že postava bude hledat tam, kde ona ví, bez ohledu na to, co děti sami znají.

Teorie mysli pětiletých



TOM předškoláků (5 let) dle Wellman (1990).

=? „naivnosti“ v této struktury ToM.

Teorie mysli

Krom toho, že rozumí zmíněnému *desire-belief–action* modelu, **3**leté děti znají i jiné obsahy mysli jako: **sný** a **vzpomínky**.

Chápou, že tyto „stavy“ patří živým a nikoli neživým objektům (ačkoli v rozlišování toho, co je živé a co neživé, se mohou od dospělých zásadně lišit).

Teorie mysli

Tzn. že dítě umí „emulovat“ (=představit si) mysl oddělenou od své (=decentrace). Další interakce s rodiči, dětmi a dalšími lidmi dále zlepšuje dětskou ToM.

Každý si od dětství buduje mysl (znalosti a přání) všech svých bližních. Vznikají tak vnitřní postavy a vnitřní dialog, resp. intrapersonální komunikace (Janoušek, 2007), s těmito zvnitřněnými postavami.

Rozdíl mezi **snovými** a **skutečnými** postavami, rozdíl mezi naší **představou o druhém** a **druhým**.

Modul teorie mysli (ToMM) & vrozenost & autismus

1. ToMM je **vrozený** (Baron-Cohen, 1995; Leslie, 2000): důkazy ze zobrazovacích metod, od autistických dětí (ty mají výrazné potíže s *F-B-task*): Lidé s PAS mají narušen vývoj ToM. (Nestandardní mozková tkáň v amygdale, v hipokampu.)
2. ToMM je **naučený** (Jenkins & Astington, 1996): předškoláci, kteří mají sourozence (nejlépe starší a opačného pohlaví), lépe skórují ve *F-B-task*.

Platí asi kompromisní **teorie modularizace** (Karmiloff-Smith, 1992)

Úspěch ve *F-B-task* koreluje se schopností pracovat se dvěma protichůdnými informacemi. Jde o schopnost utlumit (inhibovat) relativně autonomní proces v uvažování.

Teorie mysli a hry

- Např. Ihaní (které chce něco získat; tj. nikoli reaktivní Ihaní) předpokládá ToM a bez ToM by nemělo Ihaní žádný smysl.
- Bez ToM konkrétního protihráče nelze vyhrát ve hře *kámen-nůžky-papír*. Musíte mít lepší strategii, tj. širší teorii mysli než protihráč. Srov. hru s dítětem.
- Srov. poker, šachy, městečko Palermo, Bang!, Dixit, Krycí jména atd.

Implicitní teorie osobnosti

- **ITO = laická teorie osobnosti** = filosofie lidského chování = osobní pojetí psychologie = 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, pravdomluvnost ad.). + představa o tom, jaké vlastnosti se pojí spolu (energičnost a přísnost).
- *Teorie osobních konstruktů* (G. Kelly, 1955)
 - = každého člověka popisujeme pomocí skupiny *bipolárních* konstruktů (hodný-zlý, veselý-smutný atd.)

Implicitní teorie osobnosti

Podle S. Asche (1946) existují (v naší ITO) **centrální a okrajové rysy**.

- Variace v *okrajových* rysech nevede k tak velkým změnám dojmu o druhých.

Centrální rysy: (dle Asche:) **vřelý/chladný** (resp. warm/cold).

Resp. **dobry/špatný sociálně a dobrý/špatný intelektuálně** (Rosenberg, Nelson & Vivekanathan, 1968).

Čili: **vřelost a schopnost**, *warmth & competence*, (Fiske et al. 2007). Srov. souvislost s ToM: přání & přesvědčení.

Děkuji za pozornost