

Sociální psychologie 4

Sociální kognice

Dotaz na minulou přednášku

Umí jiní tvorové lhát?

Jaká jsou omezení zvířecí komunikace (v porovnání s lidskou)?

Krátká historie psychologie

- Období introspekce
- Behaviorismus
- 60. léta – kognitivní revoluce

Krátká historie sociální psychologie (dle Hogg & Vaughan, 2014)

Sociální psychologie (SP) byla od počátku značně kognitivní – hovořilo se již od počátku o **sociální kognici**. 4 modely:

1. (po 2. sv. v.) Teorie potřeby **kognitivní konzistence**: lidé se snaží snížit rozpor (*discrepancy*) mezi různými kognicemi, protože takové rozdíly jsou nepříjemné.

Konec: čím dál tím více dokladů toho, že lidé jsou k rozporům vcelku tolerantní.

Krátká historie sociální psychologie

2. (70. léta) model člověka jako **naivního vědce**: lidé potřebují připisovat (atribuovat) jevům i chování příčiny. Tento model předpokládá, že v této **atribuci** příčin a vlastností lidé jednají racionálně – jakékoli chyby jsou důsledkem omezených informací nebo specifických motivací.

Konec: čím dál tím více dokladů toho, že lidé (dokonce i v ideálních podmínkách) nejsou nijak dobrými vědci.

Krátká historie sociální psychologie

3. (pozdní 70. léta) Lidé mají omezenou kapacitu zpracovávat informace a používají všemožných kognitivních zkratk. Lidé jsou **kognitivní skrblici** (*cognitive misers*) Lidé používají ty nejjednodušší a nejméně náročné kognice. Motivace nehrála roli.
4. (od 80. let) Motivace byla opět důležitá: sociální aktér byl charakterizován jako **motivovaný taktik**. Dle tohoto modelu mají lidé několik kognitivních strategií, mezi kterými vybírají na základě osobních cílů, motivů a potřeb.
- Současnost:** sociální neurovědy – používání fMRI.

Sociální kognice (dle Fiedler & Bless, 2006)

Zatímco neživé předměty obsahují atributy, které lze vnímat, sociální prostředí obsahuje mnohé atributy, které nelze vnímat přímo, nebo které jsou dokonce objektivně nezachytitelné (např. vražedný záměr).

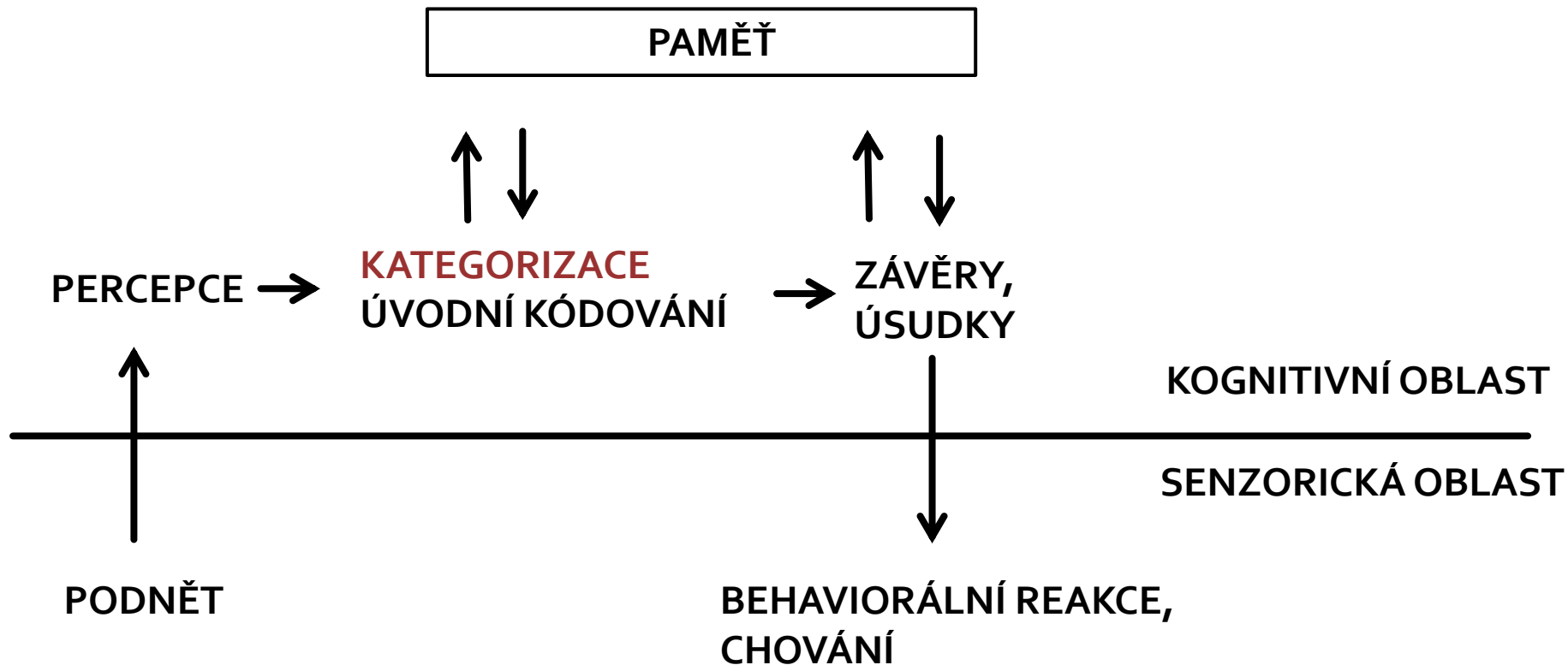
Většinu důležitých sociálních atributů (nebezpečí, riziko, inteligence, láska atd.) musíme **odvozovat** na základě podnětů, které jsou nám sensoricky k dispozici. Např. ani osobnostní rys extraverzi nelze vidět přímo, ale odvozujeme jej např. z chování (ze stylu oblékání, hlasitosti atd.).

Zpracování sociálních informací

1. vnímání
2. interpretace & **kódování** – role minulé zkušenosti (paměti: rozpoznání & uložení)
3. další zpracování informace vede k **úsudkům** (inferencím)
4. **behaviorální reakce**, chování (nemusí být)

Stádia zpracování informací

(dle Fiedler & Bless, 2006, s. 158)



Kategorizace

Kategorie odpovídá třídě objektů nebo **pojmu**.

Senzorické kategorie jsou v paměti uloženy mj. pomocí **prototypů**. E. Roschová (1975) potvrdila existenci prototypů: reakční čas je kratší, když lidé posuzují, jestli je ptákem *vrabec*, než když je jím *tučňák* či *kiwi*.

Pokud hovoříme o kategoriích sociálních skupin, mluvíme spíše o **stereotypech**.

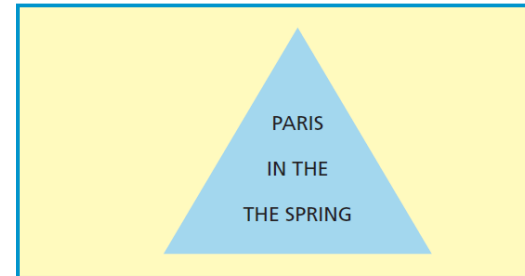
stereotyp=výsledek kategorizace sociálních skupin

schéma= je soubor kognicí (myšlenek, přesvědčení, postojů) o dané osobě, věci apod. (v podstatě odpovídá kategorii)

Kategorizace

Tím, že člověk interpretuje daný vjem jako kategorii, připisuje objektu i mnoho dalších atributů (proces top-down).

Např. kategorizace: kiwi je pták; ptakopysk je savec; velryby jsou savci.



Označím-li (kategorizuji-li) danou osobu jako vegetariána, připisuju mu někdy i vlastnosti, které pro daného jedince nejsou zrovna typické.

Výhoda stereotypu je v tom, že některé atributy kategorie budou pro danou skupinu opravdu společné (srov. však zrádnost v posuzování etnik).

Kategorie

Kategorie se krom sociálních skupin mohou vztahovat i na já (*self*), k jeho sociálním rolím atd.

Kategorie mají vztahy k jiným (příbuzným) kategoriím – srov. tzv. **myšlenkové mapy** (vzdálenost mezi kategoriemi).

Skrze tuto souvislost člověk promítá např. do kategorie *feministka* ještě několik atributů z příbuzných kategorií. Takto více méně nevědomě rozhodujeme na základě širších informací.

Kategorizace a priming

Když něco vnímám porovnávám to s pamětí. Následující faktory se podílejí na přístupnosti dané kategorie (v pracovní paměti):

1. přístupnější budou ty kategorie, které se používají **častěji**.
2. přístupnější budou ty kategorie, které byly použity **nedávno**.

Tento druhý faktor souvisí s **primingem** (podněcováním).

Priming

Informace, která byla v pozornosti, bude ovlivňovat informace, které tam teprve budou. Lidé primovaní nadřazenou kategorií dokážou rychleji rozpoznat předmět, než lidé primovaní cizí kategorií (Rosch, 1975).

Priming je projevem **implicitní paměti** – tj. obejde se zcela bez vědomé pozornosti.

[https://www.youtube.com/watch?v=HRAKtoGakJ](https://www.youtube.com/watch?v=HRAKtoGakJM)

[M](#) (ukázka primingu: peníze)

Priming byl zkoumán i v oblasti posuzování osob (Higgins a kol., 1977).

Srov. hodnotící priming.

Budování dojmu o druhých

Efekt primarity (efekt pořadí)

Pořadí, v jakém jsou informace o osobě prezentovány, mohou mít velký vliv na dojem o druhých.

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

Asi důsledek linearity řeči promítnuté do synchronnosti konceptuální oblasti.

Srov. roli zpětné vazby pro žáky.

Děkuji za pozornost

