

Sociální psychologie I.

—

První dojem a chyby v sociální percepci

Organizační záležitosti

- celkem 5 seminářů
- účast na seminářích je povinná
- možná jedna absence
- průběžné úkoly, které bude zadávat dr. Dosedlová
- ukončení předmětu:
 - seminární práce
 - termín odevzdání 10. 1., témata by již měla být v ISu
 - minimálně 6 zdrojů, z toho alespoň 3 anglické (cizojazyčné)
- prezentace budou k dispozici ve studijních materiálech

Definice prvního dojmu dle psychologického slovníku

Prožitek vznikající při prvním setkání se situací, jevem, člověkem apod, závisí na schopnostech pozorovatele, na druhu posuzované vlastnosti a na osobitosti posuzovaného, je složen zejména z afektivního postoje (příjemné, nepříjemné) a okamžitého soudu o pozorovaném (dobré, špatné). (Hartl, Hartlová, 2004)

První dojem

- Sociální percepce = způsob, jakým si jedinec vytváří dojmy a charakteristiky o jiných lidech
- Dojem řídí naši reakci na danou osobu, rozvíjí náš vztah k ní a ovlivňuje tak následné interpersonální chování
- Průběh a výsledky procesu utváření dojmu jsou závislé na informacích poskytovaných poznávanou osobou, na charakteristikách poznávajícího a na situaci poznávání (Výrost & Slaměník, 2008)
- Čas potřebný k vytvoření prvního dojmu: 30 sekund až 4 minuty (čas uváděný paní doktorkou)

Skupinová práce

1. Skupina (Aldabaghová, Bosáková, Bracková, Fischer, Gross, Haltufová) 02n3t6s
 - Ja dlouho trvá zformování prvního dojmu? Vymyslete experiment, kterým byste to ověřovali.
2. Skupina (Hanová, Haščáková, Hejnová, Hvižd'ová, Kočí, Konzal) 4va9u9i
 - Co ovlivňuje vznik prvního dojmu, jaké vlastnosti má dobrý pozorovatel?
3. Skupina (Machač, Malatincová, Malcánková, Ocetková, Počaji) evso52r
 - Co udělat pro to, abychom zanechali dobrý první dojem a jak jednou zformovaný dojem změnit?
4. Skupina (Pokorný, Poláková, Slámová, Trubáková, Tříška) quieh4n
 - Co všechno může mít první dojem za následky do budoucna?

1. Skupina

Ja dlouho trvá zformování prvního dojmu?

V experimentech simulujících výběrová řízení je uváděn čas i 5 min.

Swider, B. W., Barrick, M. R., & Harris, T. B. (2016). Initial impressions: What they are, what they are not, and how they influence structured interview outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 101(5), 625.

V experimentech pracujících s expozicí fotografie je uváděn čas pod 1 s

Willis, J., & Todorov, A. (2006). First impressions: Making up your mind after a 100-ms exposure to a face. *Psychological science*, 17(7), 592-598.

Čas potřebný k vytvoření prvního dojmu: 30 sekund až 4 minuty (čas uváděný paní doktorkou)

2. Skupina

Co ovlivňuje vznik prvního dojmu, jaké vlastnosti má dobrý pozorovatel?

Článek o vlivu nálady pozorovatele na sociální kognici: Forgas, J. P. (2013). Don't worry, be sad! On the cognitive, motivational, and interpersonal benefits of negative mood. *Current Directions in Psychological Science*, 22(3), 225-232.

Na základě čeho si utváříme dojem o druhém člověku:

- fyzický vzhled (míra sociální atraktivity)
- pohlaví
- sociální status (příslušnost ke skupině)
- komunikace

3. Skupina

Co udělat pro to, abychom zanechali dobrý první dojem a jak jednou zformovaný dojem změnit?

Článek o vlivu podání ruky na vznik prvního dojmu: Bernieri, F. J., & Petty, K. N. (2011). The influence of handshakes on first impression accuracy. *Social Influence*, 6(2), 78-87.

Dojem o druhé osobě můžeme změnit tehdy, když získáme více informací – ale! stereotypy mohou způsobovat, že naše úsudky jsou strnulé. Snadněji dojde ke zhoršení a jednou vytvořený špatný dojem se těžko ovlivňuje k pozitivnějšímu

4. Skupina

Co všechno může mít první dojem za následky do budoucna?

Článek o vlivu prvního dojmu na důvěru v následné interakci: Holtz, Brian C. "From first impression to fairness perception: Investigating the impact of initial trustworthiness beliefs." *Personnel Psychology* 68, no. 3 (2015): 499-546.

Článek o vlivu přitažlivosti obviněného na trest: Stewart, J. E. (1980). Defendant's Attractiveness as a Factor in the Outcome of Criminal Trials: An Observational Study 1. *Journal of Applied Social Psychology*, 10(4), 348-361.

Dojem řídí naši reakci na danou osobu a ovlivňuje tak následné interpersonální chování (např. pokud si o mně druzí vytvoří dobrý dojem, snadno mi odpustí drobné „chyby a prohřešky“ – je to pro ně omluvitelnější).

Utváření dojmu o osobě – teoretické modely

1. Asocianistický přístup (data-driven)

Anderson (1974) - kognitivní algebra

Sčítací model: celkový dojem je určen sčítáním hodnot všech rysů použitých při popisu osoby (uctivý +4, dobře se chovající +1, spolehlivý +1, celkem 6, což je posouzení míry sympatie vnímané osoby)

Model váženého zprůměrnování: celkový dojem je závislý na průměrné škálové hodnotě jednotlivých rysů z hlediska percipienta. První informace mají vyšší váhu než následující, vytvářejí percepční zaměření; je těžké určit, jaká váha bude přisuzovaná jednotlivým rysům různými lidmi v různém situačním kontextu.

2. Konstruktivistický přístup (theory-driven)

Asch (1946) – rysy jsou organizované ve tvaru gestaltu. Existují centrální rysy (srdečný x chladný) a periferní rysy, které nemají podstatný vliv na výsledný dojem

3. Duální model procesu formování dojmu

Brewerová (1988) - kategorizace a personalizace jako dva oddělené procesy. Stadium identifikace osoby (věk, pohlaví), pokud nezaujme či nejsme zaangażovaní – osoba zařazena v souladu s kategoriemi. V případě osobní zainteresovanosti získáváme další informace – personalizace.

4. Spojitý model procesu formování dojmu

Fiske, Neuberg (1990) - Pokoušejí se o rovnováhu mezi procesy kategorizace a individualizace, nicméně konstruktivistické procesy převažují:

- a) počáteční kategorizace vnímané osoby
- b) když je osoba pro percipienta aspoň trochu důležitá - další získávání informací
- c) pokud je to možné, potvrdí se úvodní kategorizace
- d) není –li to možné, nastupuje proces rekategorizace
- e) je-li rekategorizace neúspěšná, percipient se rozhodne využívat plně individualizovaný postup založený na sběru jednotlivých informací o osobě
- f) může se rozhodnout pokračovat v procesu poznávání při následujících setkáních, takže cyklus se může opakovat.

Chyby při formování 1. dojmu (chyby percepce)

1. **Haló efekt** – některé rysy jsou pro posuzovatele významnější než jiné (tzv. centrální rysy: nejčastěji fyzický zjev, expresivní a jiné motorické projevy nebo verbální chování) bez ohledu na pořadí jejich prezentace a ovlivňují celkový dojem o posuzované osobě významně více než rysy periferní

= dominance nějakého rysu při vytváření dojmu o osobě, přeceňování homogenity osobnosti

2. **Implicitní teorie osobnosti** - „laická“ koncepce o tom, které rysy se spojují s jinými rysy a které spolu naopak nesouvisí (př. laskavý a čestný, energický a agresivní; pozvánka na přednášku profesora – osoby milé či spíše chladné)
3. **Efekt primarity** – charakteristiky zaznamenané jako první mají větší vliv na formování dojmu než další uváděné rysy

4. **Efekt novosti** - vyšší vliv na formování dojmu má pozdější informace (nevyskytuje se tak často, spíše v případech, kdy jsou informace prezentovány v delším časovém období)
5. **Stereotypy, předsudky** – soubory charakteristik, o kterých se předpokládá, že vystihují určitou skupinu či kategorii lidí
6. **Efekt mírnosti a shovívavosti** – mírnější a shovívavější pohled na lidi, kteří jsou mi podobní
7. **Logická chyba** – tendence logicky manipulovat s konstrukty, které nejsou logicky vytvořeny (souvisí se stereotypy, předsudky, implicitní teorií osobnosti)

Dále viz: Řezáč, J. (1998). Sociální psychologie. Paido.

Zdroje

- Výrost, J., & Slaměník, I. (2008). *Sociální psychologie (2. přeprac. a rozš. vyd., V Gradě vyd. 1.)*. Praha: Grada.
- Hartl, P. (2004). *Stručný psychologický slovník*. Portál.
- Řezáč, J. (1998). *Sociální psychologie*. Paido.