



Postoje,
stereotypy,
predsudky

Čo sú postoje? Sú vrodené?

- **relatívne stabilná pripravenosť človeka reagovať určitým spôsobom** na osoby, skupiny, situácie, predmety, názory, spôsoby správania, pričom postoj je chápaný aj ako naučená **predispozícia** správať sa konzistentným spôsobom voči daným triedam objektov, a to nie v takom smere, akými sú, ale ako sú chápané, že sú, pričom stav pohotovosti má **direktívny efekt** na **cítanie a akciu k objektu**

- **postoje** – **klúčový pojem** pri vysvetľovaní príčin správania – **poznatie postojov umožňuje predpovedať správanie (?)**,

Explanačná a predikčná sila pojmu

Nie sú neutrálne a vyjadrujú náš hodnotiaci vzťah

Časť je vrodených (Tesser, 1993), časť získaných (os. skúsenosť, soc.učenie)

Postoje sa zlučujú do postojových systémov (napr. ako hodnotový systém).

1. etapa výskumu (1918-1950)

- Thomas a Znaniecki (1918) – SP je vedecké štúdium postojov
- postoje = individuálne mentálne procesy, determinujúce odpovede jedinca v sociálnej realite – **vzťah k objektu + psychologické prežívanie jeho významu** – spája štruktúru sociálnej reality a štruktúru osobnosti
- Postoj mal byť niečo ako bunka v biológii alebo atóm v chémii

Heider definuje postoje cez princípy teórie rovnováhy. (ktorý pojem sme mali takto definovaný?)

- Allport – P = **mentálny a nervový stav** pohotovosti organizovaný skúsenosťou, vyvíjajúci dynamický a direktívny **vplyv** na odpovede jedinca voči všetkým objektom a situáciám, s ktorými je vo vzťahu
- obsah prvej etapy – obsah pojmu a metodológia, **prvé postojové škály**

Uplatnili sa najmä kognitivistické a behavioristické teórie.

2. etapa výskumu (1950-1970)

- rozmach výskumu, **od postoja ku skupinovej dynamike**, snaha o aplikáciu poznatkov do praxe
- **skutočne postoje predpovedajú správanie?** prvé pochybnosti už v 30. rokoch...
- Bem- sekvencia- postoj –správanie a naopak??
- Vychádzame stále z neobehaviorizmu: S-O-R
- Môžeme si byť istý tým, že máme radi čierny chlieb, pretože ho jeme. Je však tiež možné, že jeme čierny chlieb, pretože ho máme radi.

Paralela s emóciami:

Výraz tváre podľa Lairda aktivuje emócie prostredníctvom sebapercepcie – ak sa smejem, tak musím byť šťastný. Kleinke a kol. (1998) požiadali probandov výskumu, aby napodobňovali šťastné alebo nahnevané výrazy podľa obrázkov. Niektorí sa videli v zrkadle, iní nie. V porovnaní s kontrolnou skupinou sa jedinci cítili veselšie, keď sa usmievali, a cítili sa horšie, keď mali rozhnevanú tvár. Tento pocit sa zosilňoval pozorovaním sa v zrkadle.

EXPERIMENT

- **R.T. LaPiere (1934)**
- v rokoch 1930-1932 cestoval po USA s manželským párom mladých Číňanov a sledoval, ako budú obslúžení v hoteloch, reštauráciách – **všade OK okrem 1 prípadu**
- napísal 250 listov so žiadosťou o ubytovanie čínskych hostí – **92% negatívnych odpovedí!**
- LaPierov paradox

Prečo boli podľa vás negatívne listové odpovede? Prečo postoj nekorešpondoval s reálnym správaním počas danej udalosti?

EXPERIMENT

- **Kutner, Wilkins, Yarrow (1952)**
- 11 reštaurácií v USA – dve biele ženy vstúpili, požiadali o miesto pre 3 a sadli si ku stolu, o chvíľu prišla žena čiernej pleti a prisadla si – vo všetkých prípadoch bez problémov obslúžené
- po 2 týždňoch telefonická rezervácia pre „zmiešanú“ spoločnosť – vo všetkých prípadoch odmietnutí!

Prečo?

Článok od A.W.Wickera (1969) – kamienok, ktorý spustil lavínu

- Systematický prehľad 47 štúdií, že postoje majú k aktuálnemu správaniu slabý alebo žiadny vzťah
- nesúladi postojov a správania spôsobujú:

1.osobné faktory –

- ostatné postoje – kolega mi nie je sympatický ale je nápomocný
- súperiacie motívy – nemám rád svojho lekára, ale niečo od neho potrebujem
- verbálne, intelektuálne a sociálne schopnosti - (neviem sa správať priateľsky)
- úrovne aktivity (nezaujíma ma to, celkom fajn človek ale nechce sa mi s ním baviť som unavený)

2.situačné faktory – skutočná/predpokladaná prítomnosť iných (anonymita vs. skupinový tlak)

- sociálne normy vlastného správania
- požiadavky súvisiace s rolou (zvnútornené vs. vyžadované)- nemal by som byť proti očkovaniu lebo som lekár napr.
- možnosti alternatívneho správania- ako vyjadrím to ,že mám k niekomu negatívny postoj?

špecifickosť objektu postoja (v dotazníku všeobecný, v realite konkrétny)-

nemusím sladké, ale babkinu bábovku si dať

nepredvídateľné vonkajšie vplyvy- ktoré môžu narušiť predvídateľnosť vzťahu postoj-správanie

očakávané alebo aktuálne dôsledky konania – budem za to ostrakizovaný

Teória odôvodneného konania – M. Fishbein a I. Ajzen (50.-70. roky)

- „Človek je racionálna bytosť, ktorá systematicky používa pre seba dostupné informácie“
- osoby s rovnakými presvedčeniami (beliefs) môžu mať rôzne postoje, príp. osoby s rôznymi presvedčeniami môžu mať rovnaký postoj
- prenikavé presvedčenia (uvádzame ich ako prvé, sú modálne)
- **správanie** je determinované **zámerom** – zámery sú determinované postojom a subjektívnou normou – postoje a normy sú determinované presvedčeniami – **informáciami, ktoré má človek o svete (správne i nesprávne)**
- **Správanie- zámer**
-aktuálne správanie

Zložky postoja

1. kognitívna – poznávacia zložka postoja

- suma názorov jednotlivca o objekte, presvedčenie a predstavy o tom, aké objekty sú alebo aké by mali byť
- centrálna – tie názory a koncepty, ktoré stoja bližšie k egu – ťažšie podliehajú zmenám, ich zmena môže podmieniť zmenu ostatných periférnych konceptov

2. emočná (afektívna) – citová zložka postoja

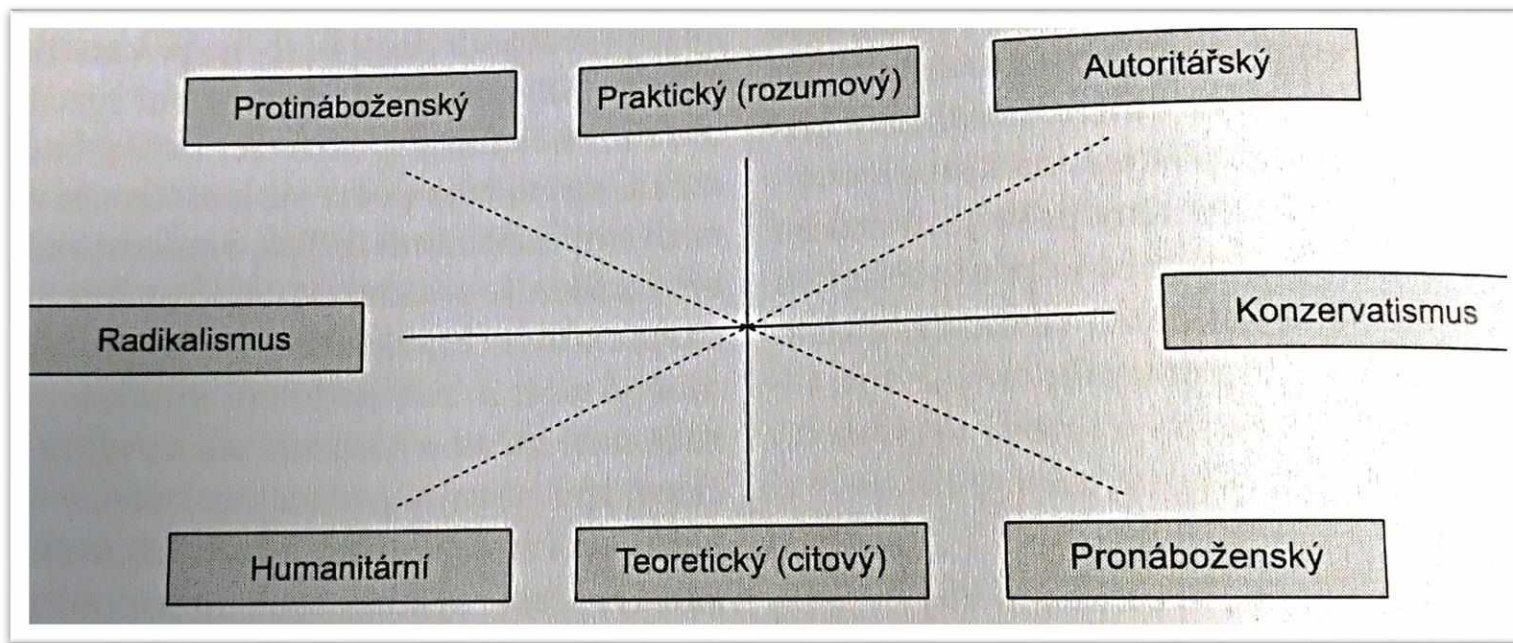
- emócie súvisiace s predmetom postoja a emócie spojené s presvedčením
- asociovaná s príjemným alebo nepríjemným emočným ladením k predmetu postoja, jeho obľúbenosťou alebo neobľúbenosťou
- emočný náboj, ktorý dodáva postojom ich podnetný a motivačný charakter

3. behaviorálna – konatívna zložka postoja

- vyjadruje pohotovosť správania a konania v zmysle existujúceho postoja – tendencia konať – v smere, proti alebo mimo objektu postoja

Afektívna zložka je utváraná prostredníctvom klasického podmieňovania, poznávacia cez kognitívne učenie konatívna cez inštrumentálne učenie.

- Eysenck (1957) dva faktory
- 1.konzervatizmus-radikalizmus
 - 2.citový-rozumový postoj



Skúmané vzťahy medzi ideológiami-postojmi a hodnotami

Ako by sme docielili zmenu
postojov u človeka?

Zmena postojov

- Pôsobenie na pasívneho jednotlivca, prijímateľa persuzívnej informácie je menej účinné ako práca s jednotlivcom u koho navodíme aktívnu účasť v rôznych sociálnych situáciách.

Čo je efektívne na strane komunikátora- ten, čo chce docieľť
zmenu?

- Napr. obľúbenosť komunikátora + pozitívne ladená informácia (Chaiken, 1980)

Zmeny postojov

- **súrodé zmeny** – zmena intenzity znamienka v smere existujúceho postoja (mierny postoj sa posunie k výraznému postoju)
- **nesúrodé zmeny** – mení sa znamienko, teda zmena pôsobí v smere proti pôvodnému postoju (negatívny postoj sa mení na kladný a naopak...)

Faktory zmeny postoja

- **médiá**
 1. zdroj – od koho informácie pochádzajú (dôveryhodnosť, odbornosť, očividná snaha nás presvedčiť, atraktivita)
 2. obsah oznámenia, spôsob, ako sú informácie podané (dôveryhodnosť, emočný účinok, osobná relevantnosť, počet argumentov)
 3. príjemca – komu je informácia určená (inteligencia, sebaúcta)
- **skúsenosti s objektom postoja – kontaktová hypotéza** – zvyšujúci sa kontakt medzi osobami z rôznych skupín môže viesť k rastúcemu poznaniu podobností medzi nimi
- **sociálny vplyv**

Zmena postojov

- **Obsah persvazívnej komunikácie**-napr. Galizio,Hendrick (1972) zistili, že **príjemná hudobná kulisa** zvýšila efektívnosť persvázie
- Sú situácie kde **negatívne ladená informácia** má väčší potenciál zmeniť postoj (zdravie, doprava, životné prostredie .
- **Racionálna podpora argumentov**- osoby s vyšším vzdelaním a osôb, ktoré majú väčšie skúsenosti s oblasťou, kt. sa zmena týka
- Informačný kanál- **ústna viac ako písomná**, ale pri rozsiahlejšej informácii písomná

Zmena postojov

Aké sú efektívne aspekty na strane
príjemcu?

Zmena postojov

- Faktory na strane príjemcu
 - osobná zainteresovanosť
 - Vek (postoje starších ľudí sa horšie menia)
 - Pohlavie
 - Sebahodnotenie (osoby s vyšším a nižším sebahodnotením sú vo väčšej miere odolné persúázii)-prečo?



Obr. 7.3 Řetězec sukcesivních kroků znázorňujících průběh procesu změny postoje (Myers, 1983, s. 275)

Cieľ persuazívnej komunikácie

- Stabilita zmien postoja v čase
- Efekt navodenej zmeny sa stráca Po 1 týždni v 40% prípadoch, po 6 týždňoch u 60% prípadov
- Osoby, kt. dopredu zámerne pripravíme na **možnosť výskytu vplyvov orientovaných na zmenu postoja** , sú potom odolnejší voči zmene – **napr. v psychológii reklamy**
- Pôsobíme na proximálne alebo externálne presvedčenia?