**6. SOCIÁLNÍ POZNÁVÁNÍ**

**Sociální percepce člověka člověkem** – porozumění tomu, **jakým způsobem si člověk vytváří** **dojmy o charakteristikách a rysech jiných lidí**, jakým způsobem vnímá jejich emoce a jakým způsobem **interpretuje jejich chování**.

Je to hledání odpovědi na otázky typu:

* **Jaké vlastnosti vnímáme u jiných lidí?**
* **Co podmiňuje naše první dojmy?**
* **Je naše vnímání jiných přesné?**

**Utváření dojmu o jiné osobě** představuje podstatu procesu meziosobní percepce. Na tomto základě se **rozvíjí náš vztah k někomu**, podmiňuje náš **způsob interakce s ním**. **Důležitou roli** přitom sehrávají už **první získané dojmy o osobě**.

**Model procesu formování dojmu**:

1. Při setkání s jinou osobou se bezprostředně uskuteční **počáteční kategorizace dané osoby** s využitím **existujících kategorií**.
2. Když je **osoba** aspoň trochu **pro vnímajícího důležitá**, zaměří se pozornost na **získání dalších informací.**
3. Pokud je to možné, **vnímající potvrzuje počáteční kategorizaci**.
4. Pokud ji **nemůže potvrdit**, nastoupí etapa **rekategorizace**.
5. Nakonec se může rozhodnout **pokračovat v procesu poznávání dané osoby** při **následujících setkáních**. Cyklus se tak může opakovat.

**Determinanty ovlivňující proces formování dojmu**

**1. Efekt primárnosti** znamená, že **rysy zaznamenávané jako první mají větší vliv na formování dojmu**, než další uváděné rysy. **První rysy vytvářejí kontext**, s jehož pomocí interpretujeme další rysy.

**2. Efekt novosti** přisuzuje **větší vliv na formování dojmu pozdějším informacím**. Vyskytuje se však méně často.

**3. Efekt rozptýlení** se projevuje tím, že vliv určitého chování na formování dojmu je **slabší** v případě, když je **informace podaná v kontextu dalších**, s ní nesouvisejících informací, než když je podávána samostatně.

**4.** **Nápadnost chování a fyzická nápadnost**. **Negativní nebo extrémní chování** upoutává větší pozornost a má **silnější vliv na proces formování dojmu**. Podobně **fyzická nápadnost** se promítá do výsledného dojmu **výrazněji**.

**5. Halo efekt** – nejnápadnější rys překryje všechny ostatní.

**Atribuční procesy**

**Atribuční výzkum** se zabývá otázkou, **jak lidé** v každodenním životě **připisují příčinnost** **svému vlastnímu chování, chování jiných lidí** nebo nepersonálním jevům ve svém sociálním prostředí. **Poznání příčin** umožňuje lidem přibližovat se k **chápání světa jako stabilního, předvídatelného a kontrolovatelného.**

Průkopníkem **atribučních teorií** je **Fritz Heider** (1958). V jeho chápání se **člověk snaží** **dosáhnout stabilních a smysluplných dojmů o jiných lidech**.

V procesu atribuce jde o **rozhodnutí pozorovatele**, zda **vysvětlí chování na základě** **situačních faktorů** nebo **na základě záměrů, motivů, cílů či vlastností aktéra**.

**Atribučními tendencemi** nazýváme **určitá zkreslení, očekávání a perspektivy osob** – účastníků interakce, jež **ovlivňují interpretaci chování**.

Jedna z atribučních tendencí se projevuje **v rozdílných atribucích aktérů a pozorovatelů**. **Aktéři** (ti, kteří uskutečňují chování) mají tendenci **připisovat zdroj svého chování situaci**, zatímco **pozorovatelé** (ti, kteří pozorují chování aktéra) jsou náchylnější **připisovat zdroj chování aktérovi.** Přeceňování důležitosti personálních faktorů se označuje jako **základní atribuční chyba.**

V mnoha experimentech byla demonstrována **tendence k sebeochranným atribucím**. Jde o tendenci aktérů **připisovat úspěch sobě samému a neúspěch situačním faktorům**. Atribuování neúspěchu situaci umožňuje **aktérům uchránit svou sebeúctu** a udržet **pozitivní názor na své vlastní schopnosti.**

Při spolupráci na **skupinových projektech** se projevila tendence **každého člena** přisuzovat si značnou **odpovědnost za úspěch** a atribuovat **odpovědnost za neúspěch jiným**. Tento typ atribuční tendence ve skupině se nazývá **egocentrickou tendencí**.

Jiná tendence se nazývá **tendence nápadnosti** a označuje tendenci pozorovatelů připisovat **větší odpovědnost těm jedincům ve skupině**, kteří se nějakým způsobem **odlišují od jiných**.

**Sociální schémata – organizování dojmů**

**Každý člověk**, kterého v životě potkáme, je **jedinečný**. Žádné **dvě události,** které prožijeme, **nejsou** úplně **stejné**. Přitom však **existují podobnosti mezi určitými typy lidí nebo událostmi**. Prožívali bychom značnou nejistotu, kdybychom ke každé osobě či situaci přistupovali jako k úplně jedinečné. Máme tedy tendenci **organizovat náš pohled na svět s pomocí kategorizace**. **Lidi** nejčastěji **kategorizujeme podle pozorovatelných znaků**, jako jsou pohlaví, věk, etnický původ atd. Podobně konstruujeme **kategorie pro události, činnosti, objekty.**

**Schéma osoby** obsahuje **poznatky o typickém nebo specifickém jedinci**. Umožňuje **kategorizovat** jiné a **zapamatovat si chování**, které je relevantní ve vztahu ke schématu. Tato schémata obsahují většinou **poznatky o osobnostních vlastnostech a o jejich vzájemném** **propojení**. V podobném významu se používá i pojem **implicitní teorie osobnosti**. Je-li posuzovatel schopen **usuzovat o jiných lidech i z omezených informací**, je to proto, že má **víceméně stabilní schémata**

**Schémata sebe sama** obsahují poznatky o **nejdůležitějších charakteristikách**, které se váží k sobě samému.

Další druh představují **schémata**, která se vztahují k **událostem, situacím**. **Schémata událostí** se označují termínem **scénáře**. Jde o **sekvenci typických aktivit činnosti**. Například **návštěva restaurace** v podobě **sledu kroků od příchodu až po zaplacení a odchod** z restaurace. Obdobné scénáře máme pro různé situace, jako například **den v práci**, **výlet do přírody, zkouška na univerzitě, návštěva koncertu** apod. Pomocí scénářů dokážeme **situace anticipovat** a stávají se pro nás **srozumitelnými**.

Disponujeme také **schématy sociálních rolí**. Vytváříme si schéma role **lékařů, učitelů, studentů**, úředníků, milenců. Ke **konfliktům** může docházet tehdy, když **lidé** v různých rolích **mají odlišná schémata o své vlastní a partnerově roli**.

V neposlední řadě existují **schémata pro sociální skupiny**, pro něž se používá označení **stereotypy**. Jsou to soubory **charakteristik**, o nichž se předpokládá, že vystihují určitou **vymezenou skupinu či kategorii lidí**. Vzhledem k rozvrstvení společnosti můžeme mluvit o různých stereotypech – například **stereotypy o etnických skupinách, o ženách a mužích**, příslušnících různých **profesí** atd. **Stereotypy jsou sdílené**, více **lidí v daném společenství** se shodne na tom, které vlastnosti má určitá skupina lidí.

Rozeznáváme **autostereotypy**, které se týkají **příslušníků skupin, jejichž jsme sami členy**, a **heterostereotypy**, které se vztahují **na členy jiných sociálních skupin**. Z hlediska vlivu na formování dojmů má důležitou úlohu **fenomén vnitřně skupinového upřednostňování** – **chování členů naší skupiny** je **vnímáno pozitivněji** než chování lidí stojících mimo skupinu. Obsah **heterostereotypů** bývá často **negativní**, takže studium stereotypů úzce souvisí s problematikou **předsudků**.

**Schémata a fungování paměti**

Naše **vzpomínky na minulé události** jsou ovlivňovány **očekáváním toho, co se mělo stát**, nebo **jak se to mělo stát**. **Vzpomínky na minulé události** mohou být **korigované i současným** **přemýšlením**. Například **vysokoškolské roky se jeví jako šťastnější**, než byly ve skutečnosti, ve smyslu schématu **„starých dobrých časů“**.

**Minulé zážitky** mohou být **ovlivňovány náladou**, kterou prožíváme v době, **kdy si je** **připomínáme**. Přitom naše vzpomínky jsou většinou v souladu s náladou, například **smutná událost evokuje něco smutného z minulosti**. Za určitých okolností však vzpomínky mohou být **s emocionálním stavem v nesouladu**. Při prožívání **žalu nad ztrátou blízké osoby** hledáme útěchu ve **vzpomínkách na šťastné chvíle** prožité společně, v **úsilí cítit se lépe**. Pozitivní nebo negativní **emocionální stavy** vedou k tomu, že **určité informace se stávají více** nebo **méně nápadné**.

Při uvažování o událostech, které se odehrály, se **dost často** vyskytuje **přemýšlení v opozici vůči faktům**. Jde o to, že **člověk hodnotí událost** z pohledu **alternativních, často více žádoucích, hypotetických výsledků**. **Nehodnotí** tedy **skutečné pozitivní nebo negativní** **důsledky** situace, ale spíše **zvažuje, co jiného mohlo nastat**, jak **odlišně mohla situace** **dopadnout**. Tento způsob přemýšlení může **vést k pocitům lítosti**. Představme si, že dva lidé **zmeškají vlak** a jsou nuceni čekat na další. Jeden z nich **nestihl vlak o pět minut**, druhý o **dvacet minut**. Kdo z nich se bude **cítit hůře**? **Objektivně** je situace **pro oba stejná**. Avšak s ohledem na **uvažování v opozici vůči faktům** je možné se domnívat, že **více zklamaný** bude ten, jehož **zmeškání bylo těsnější**.

**Kognitivní zkratky**

V životě se poměrně často ocitáme v situacích, kdy **musíme učinit důležité rozhodnutí**, přičemž **neexistuje jen jedna správná možnost**, **situace je neurčitá**. Představme si, že vybíráme ze **dvou zajímavých nabídek na zaměstnání**. Pro takové události máme určitá **nepsaná** **pravidla**, která **usměrňují naše rozhodování**. Nazýváme je **kognitivní zkratky** nebo **heuristiky**.

**1. Heuristika reprezentativnosti** se projevuje v tendenci **zařazovat lidi do** **kategorií** podle toho, do jaké míry jsou **podobni nebo „reprezentativní**“ ve vztahu k **průměrné osobě v dané kategorii**. **Často pomáhá** při formování úsudků, někdy však **vede k nepřesnostem**, jelikož **části informací není věnována pozornost**.

2. Další je **heuristika dostupnosti nebo použitelnosti**. Když **nějaká informace přijde lehce na** **mysl**, máme tendenci **předpokládat**, že je **pravděpodobně pravdivá a použijeme ji**. Mnozí lidé mají **větší strach z cesty letadlem než z cesty autem**, i když **letadla jsou bezpečnější než auta**. Jenomže **letecké katastrofy mají podstatně větší publicitu v médiích** než automobilové havárie, proto se **snáze vybaví z paměti**.

**3.** **Efekt falešného konsenzu** znamená, že **lidé mají tendenci vnímat** **své chování jako typické** a předpokládají, že **jiní lidé mají podobné postoje**, **dělají podobná rozhodnutí** a **chovají se víceméně stejně**. Z **vlastních reakcí** tedy **extrapolujeme na chování jiných**. Navíc, spíše máme tendenci **zapamatovat** si **lidi, kteří s námi souhlasí**, než ty, kteří **s námi nesouhlasí**.

**4. Heuristika zakotvení a přizpůsobení** – určíme nějaký **výchozí počet** a potom se této **výchozí hodnotě už jen přizpůsobujeme** (nejsme ochotni jej moc měnit, jen jej korigujeme – např. věk člověka).

**Kognitivní zkratky** (heuristiky) člověku **ulehčují komunikaci a interakci s jinými lidmi**. Jejich využívání je **často efektivní a většinou i nevyhnutelné**, i když si musíme být vědomi, že **někdy mohou vést k nesprávným úsudkům a závěrům**.