

Sociální percepce

Interpersonální percepce

- Vnímání složitého sociálního objektu
 - = Vnímání vnějších znaků + interpretace chování + vytváření hodnotících soudů + vyvození osobnostních charakteristik
 - = popis situace + vysvětlení příčin + charakteristika
 - = utváření dojmu o druhé osobě
- Zdroje:
 - informace z vlastní zkušenosti,
 - zprostředkované,
 - z kontextu,
 - introspekce

Vnější činitele formování dojmu

- Vliv výběru a řazení informací:
 - Důležité
 - První
 - Výrazné
 - Frekventované
- Kontext situace (kde, s kým, okolnosti)
- Vliv sociálního prostředí (mínění, tlak)

Vnitřní faktory utváření dojmu I

=subjektivní překážky poznávání osobnosti

- **Aspekt atributivní**
 - Subjektivní usuzování o příčinách chování, také na základě toho vyvozujeme závěry o jejich vlastnostech
 - Základní atribuční chyba (situační x dispoziční příčiny chování vlastního a jiných osob)
 - Egocentrický sklon – sebeprosazující (připisují si větší podíl na úspěchu) sebeochraňující (odmítám odpovědnost za neúspěch)
- **Aspekt očekávání (expektace)**
 - Sebenaplňující předpověď (Rosenthalův efekt)
- **Aspekt afektivní (emocionální)**

Vnitřní faktory utváření dojmu II

- Osobnostní charakteristiky
 - Sociální senzitivita (vnímavost k podnětům sociální povahy, schopnost registrovat a adekvátně vyhodnotit sociální podmínky života)
 - Neurotické, psychotické tendence x vyrovnanost
 - Sklon k unáhleným závěrům
 - Vztahovačnost
 - Diagnostické schopnosti
 - Dostatek informací
 - Minulá zkušenost
- Fyzický a psychický stav
- Motivace

Percepční efekty (chyby)

- Haló efekt (redukce na hodnocení jednoho aspektu)
- Implicitní teorie osobnosti (vztah mezi os. vlastnostmi)
- Efekt generalizace
- Logická chyba (neověřené, ale zní to logicky)
- Efekt autoprojekce (sebe promítán do jiných)
- Efekt intencionality (záměrnosti)
- Efekt sociální pozice (vliv sociálního postavení)
- Stereotypizace (auto- a heterostereotypy)
- Chyba centrální tendence (široké pásmo průměru)
- Shovívavosti (+ osobní vztah)
- Pygmalion efekt x Golem efekt
- Efekt podobnosti a kontrastu
- Předsudky (nezdůvodněné pevné postoje)

Děkuji za pozornost