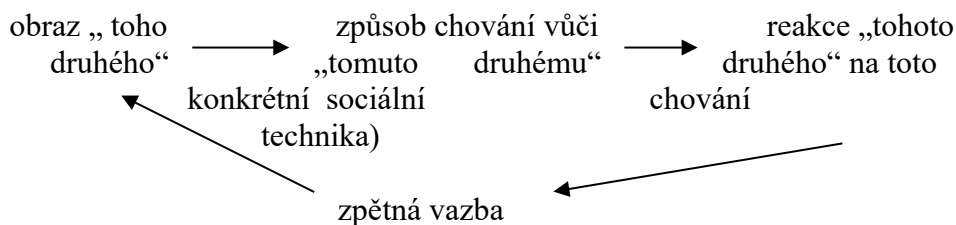


SOCIÁLNÍ PERCEPCE

Proces vnímání a hodnocení jednotlivých osob nazýváme interpersonální percepcí. Předpokladem je dostatek informací. Tvoří základ poznávání lidí. V tomto procesu nejde jen o vnímání vnějších znaků složitého sociálního objektu, ale i o vyvození osobnostních charakteristik, interpretaci chování člověka a vytváření hodnotících soudů. Vytváříme si určitá mínění, zaujímáme postoje, aniž bychom se vždy zamýšleli nad jejich správností.

Sociální percepcie je důležitou úvodní složkou sociální interakce, je to vzájemné vytváření „obrazu toho druhého“, vzájemná laicky psychologická interpretace. (Nakonečný, 1997). Člověk se vůči druhému člověku chová v podstatě podle toho, jaký obraz si o něm učinil, jak ho vnímá. Sociální percepcie je klíčovým aspektem každé sociální interakce, jak naznačuje následující schéma:

Obr. č. 2: Schéma sociální percepcie



Celkový dojem o druhém člověku si vytváříme na základě nejrůznějších informací o celém kontextu, o tom **jak člověk vypadá, jak se chová, co a jak nám sděluje, jaké neverbální prostředky komunikace používá**. Tyto informace získáváme buď prostřednictvím **vlastní zkušenosti** nebo jako sdělené, **zprostředkované zkušenosti** (od přátel, známých) či **introspekci** (prostřednictvím informací od jedince samotného, když se například ptáme přímo na příčiny a motivy jeho chování). To, jaký dojem i o člověku utvoříme, je závislé na **množství a charakteru informací**, které o dané osobě získáme, ale také na celé řadě dalších skutečností.

Utváření dojmu o druhé osobě je závislé také na **výběru a řazení informací**. Ne všechny informace vnímáme stejně intenzivně, tudíž se nepodílejí stejnou měrou na výsledném dojmu. Z velkého množství podnětů, které nám vnímaná osoba poskytuje, mají na percepci trvalý vliv pouze některé. Jedná se především o ty signály, které jsou pro nás důležité, které přicházejí nejdříve (vnímáme je jako **první**), které jsou výrazné v dané situaci a ty, které jsou **nejfrekventovanější**.

Příklad:

Ve společnosti více lidí upoutá naši pozornost s největší pravděpodobností člověk, který se od ostatních odlišuje například svým oblečením, chováním (například jako jediný si zapálí cigaretu) nebo svými výkony (například jako jediný vyřeší zadaný příklad). Pokud bychom se s danou osobou setkali v jiné situaci (například ve společnosti samých kuřáků apod.) je možné, že bychom si jí vůbec nevšimli.

Vliv prvenství informací na formování dojmu byl mnohokrát ověřen. Například při fingovaném soudním přelíčení se pokusné osoby v roli soudce rozhodovaly častěji pro rozsudek vinen tehdy, když byly předneseny nejprve důkazy obžaloby, pro rozsudek nevinen většinou tehdy, když byly

jako první předneseny argumenty obhajoby.

Výsledný dojem závisí také na tom, jak k informacím o druhém člověku přistupujeme a jak je zpracováváme. To je ovlivněno například tím, že jsme připraveni vnímat druhou osobu určitým způsobem **podle očekávání**, což může zkreslit výsledný dojem (aspekt očekávání=expektační). Jednu a tutéž osobu může každý vnímat zcela odlišně.

Dále je to ovlivněno způsobem **připisování určitých vnějších a vnitřních charakteristik** a usuzování o příčinách zjištěných faktů (aspekt atributivní) a konečně naší **citovou reakcí** na určité vlastnosti či projevy vnímaných osob (aspekt emocionální=afektivní).

Na formování dojmu má vliv řada dalších vnitřních činitelů (osobnostní charakteristiky pozorovatele, jeho momentální fyzický a psychický stav, motivace) a vnějších činitelů (celkový kontext situace, vliv sociálního prostředí).

Vzhledem k působení výše uvedených činitelů se často dopouštíme omylů, V hodnocení druhých lidí se občas mýlíme. vytváříme si zkreslený dojem o daném člověku. Toto označujeme jako **chyby sociální percepce či percepční efekty**.

Sociální percepce vychází z kategorizace osob, která jde za hranice pouhého vnímání: subjekt sociální percepce na základě toho, co na svém partneru vnímá (jeho vzezření a chování) „jde“ za vnímané a činí si určité představy o jeho úmyslech, povaze atd. V tomto smyslu tzv. obraz toho druhého zahrnuje i nevnímátné charakteristiky partnera. Obraz „toho druhého“ proto bývá často velmi subjektivistický a plný omylů.

Chyby, jichž se člověk dopouští při vnímání druhých lidí lze rozdělit na:

- 1) **Chyby zapříčiněné osobními charakteristikami posuzovatele**
- 2) **Chyby pozorovatele vycházející z obecných tendencí posuzování**

Chyby zapříčiněné osobními charakteristikami posuzovatele:

1. **Potřeby a city** - pravdivé a dostatečné se zdají ty informace a charakteristiky, které usnadňují uspokojení vlastních potřeb.
2. **Očekávání** - člověk vidí především to, co očekává, že uvidí, soudí, že je to tak, protože předpokládal, že tomu tak bude.
3. **Přání** - člověk soudí, že je to takové, protože chtěl, aby tomu tak bylo.
4. **Obavy** - člověk soudí, že tomu tak bude, protože se obával, že to tak dopadne, že se to tak stane.
5. **Návyk** - člověku se zdají pravdivé ty skutečnosti, jimž přivykl a které zná.
6. **Lenost** - člověk má tendenci se spokojit s první myšlenkou, rychle uznat správnost názorů, které mu ušetří námahu. Lenost je zpravidla příčinou, proč člověk pozoruje povrchně a dělá předčasné závěry.
7. **Konzervatismus** - jednou přijatý úsudek má člověk tendenci obhajovat. Uznáním chybného úsudku „poškozuje“ člověk svoje sebevědomí a vytváří precedens dalších „nedostatků“ své osobnosti.
8. **Dogmatismus** - uzavřený názorový systém. Je zaměřen na obranu proti všemu, co narušuje vžitý systém, v němž člověk existuje.
9. **Konformita** - přijímání názorů pod sociálním tlakem okolí.
10. **Vyhovění tlaku okolí** - souhlas pouze navenek, vlastní názor odlišný od skupinového názoru.

Chyby pozorovatele vycházející z obecných tendencí posuzování:

Jestliže nás jedna nápadná (ať již kladná nebo záporná) vlastnost člověka, věci či jevu ovlivní natolik, že v jejím světle hodnotíme zobecněně jeho ostatní vlastnosti, je o tzv. **haló efekt**. Např. u člověka, který oslňuje svou inteligencí, si nevšimneme, že není docela spolehlivý, nejedná včetně

apod. Jindy považujeme za charakterního toho, kdo se nám líbí, kdo je nám sympatický, Naproti tomu mylně považujeme za osobu se zápornými povahovými vlastnosti toho, kdo má např. pouze nepřijemný vzhled nebo hlasu atd. Děti, které nosí brýle, bývají považovány za inteligentnější, než ve skutečnosti jsou, protože brýle jsou v povědomí spjaty s duševní prací a intelektuálním zaměřením osobnosti.

Nezřídka považujeme za inteligentního toho, kdo s námi souhlasí. Máme takového člověka navíc tendenci (podobně jako sebe sama) hodnotit v pozitivních rysech charakteru výše, než odpovídá objektivní skutečnosti.

Člověk, který je příjemný v osobním kontaktu, mívá často nadlepšené i jiné hodnocení, např. pracovní.

Rovněž "graduování" pracovníci, nositelé akademického titulu, docenti, profesori apod., bývají hodnoceni lépe než ostatní bez zřetele na výkon. Jde o tzv. "**efekt svatozáře**".

Pracovníka, který si často stěžuje nebo který je často v opozici, máme tendenci hodnotit záporněji než ty, kteří si nestěžují a v opozici nejsou. Nekonformní člověk bývá hodnocen jako "**kukaččí vejce**".

Stává se také, objeví-li se určitá (i menší) chyby člověka náhodně těsně před hodnocením, že je chybně hodnocen celkově záporně.

Pod "haló efekt" lze podřadit i tzv. chybu **prostředí, "sociální situace", resp. figury a pozadí**. Průměrný pracovník, který je posuzován spolu se skupinou méně úspěšných, je obvykle oceněn neúměrně vysoko ("jednooký mezi slepými králem"), zatímco stejný pracovník, který by byl posuzován ve skupině výborných, by byl asi oceněn neúměrně nízko. Záleží tedy také na tom, s kým a v jaké souvislosti je kdo posuzován, pozorován, záleží na týmu spolupracovníků. Mýváme např. sklon hodnotit nepříznivěji lidi, kteří se stýkají s našimi nepřáteli, a příznivěji lidi, kteří se stýkají s našimi přáteli.

Někdy bývá člověk hodnocen také podle společnosti, ve které byl viděn v mimopracovní době. Je-li to společnost se špatnou pověstí, může se často mylně usoudit i na špatnou kvalitu pracovní činnosti daného jedince.

Také tzv. **efekt setrvačnosti či zakotvení** je příbuzný haló efektu. Jde o takovou chybu v hodnocení, která vyplývá z minulých zkušeností s tímto člověkem. Např. student, který byl několikrát vyhodnocen jako výtečný, je tak posuzován automaticky i do budoucna, i když jeho výkon klesá. Naproti tomu ten, o němž se vytvořil názor, že je lajdák, zbavuje se této pověsti jen velmi obtížně, i když se třeba již podstatně zlepšil.

Další relativně samostatnou a často i standardní osobní chybou je **sklon k favorizaci, glorifikaci**, t.j. k vědomému či nevědomému nadhodnocování, nebo **deprecionizaci**, t.j. k podhodnocování pracovníků. U řídicích pracovníků se často projevuje tendence podhodnocovat podřízené a nadhodnocovat sama sebe. Jde o tzv. **golemovský efekt**. Opakem je tzv. **pygmalionský efekt**.

Častou chybou je tzv. centrální tendence, nazývaná též **sériový efekt**. Tato chyba spočívá v tom, že při větším množství hledisek hodnocení nebo při větším množství hodnocených osob, navíc posuzovaných v krátkém časovém rozmezí, se u posuzovatelů snižuje rozlišovací schopnost, což vede k nadměrnému používání středních, průměrných hodnot při hodnocení, vyhýbání se krajním hodnotám jak kladným, tak záporným. Chceme-li se vyhnout centrální tendenci, musíme mít stále na paměti tzv. normální, Gaussovo rozložení jevů v přírodě a ve společnosti.

Zvláštní skupinu chyb tvoří tzv. **logická chyba**. Jde o tendenci spojovat různá kritéria podle vlastní laické logiky či "soukromé teorie": z úrovně jedné vlastnosti se laicky usuzuje na úroveň jiné vlastnosti, ačkoliv proto nejsou objektivní důvody. Např. velcí a statní mužové jsou považováni za odvážné, nebojácné, rozhodné a energické. Obézní lidé bývají považováni za málo motoricky obratné.

Výrazným subjektivizujícím, negativním jevem v oblasti sociální percepce je tzv. **stereotypizace**. V hodnocení osob nebo i celých sociálních skupin zjišťujeme často tzv. stereotypy.

Svou roli hraje také **tradice**, např. ve stereotypu muže: logický, racionální, agresivní, uživatelský, strategický, nezávislý, soutěživý, vedoucí, ten, který rozhoduje. Naproti tomu existuje i tradiční stereotyp ženy: intuitivní, emocionální, submisivní (podřídívá), empatická (chápavá), spontánní,

pečovatelská, spolupracující, loajální, podporovatelka, ta, která následuje.

Předsudky mají nejenom určitý směr, ale mohou být různě intenzivní. Stabilita předsudků (i postojů vůbec) je osobnostním rysem, který do značné míry danou osobnost charakterizuje. Často jde o osobnosti rigidní, které reagují jakýmiisi prefabrikáty, jaksí zautomatizovaně v obdobných situacích.

S konceptem předsudku úzce souvisí **diskriminace**, což je vlastně odlišné (často negativní) zacházení s osobami, které patří do určité sociální skupiny. Patří sem také etnocentrismus, kdy se lidé uvnitř vlastní skupiny (nebo národa) nadhodnocují a ostatní skupiny (či celé národy) odmítají. Předsudek v sobě obvykle zahrnuje stereotypní názory určité skupiny.

Nejčastější percepční chyby:

- Haló efekt - posuzovatel se dává ovlivnit celkovým dojmem vycházejícím z působení celku nebo jeho dominujících rysů nebo . i některou z jeho výrazných částí, podle nichž vynáší hodnotící soud.
- Tendence k průměru
- Efektu vztahu
- Princip projekce a přenosu. Projekce - posuzovatel vidí u druhých lidí svoje vlastnosti v podstatně výraznější formě, jak po stránce kvality, tak kvantity. Vysvětluje si motivy jednání druhých lidí i jejich postoje stejnými vzorci, jimiž je podle jeho názoru vedeno jeho vlastní jednání. Přenos – posuzovatel přisuzuje druhému člověku kvality jiného člověka, který se např. fyzicky podobá nebo se podobně chová, mluví apod.
- Implicitní teorie osobnosti, kterou při vytváření dojmu používáme, předpovídá, že ten, kdo má určitý povahový rys, má také několik dalších, které jsou s ním spojeny. Přitom některé povahové rysy považujeme za důležitější než jiné.
- Efekt generalizace/zobecnování znamená, že z určitého konkrétního projevu usuzujeme na obecnou platnost a existenci vlastnosti osobnosti (když nás dítě nepozdraví, usuzujeme, že je nezdořilý). Posuzovatel na základě náhodných, mimořádných poznatků nebo na základě nedostatečného počtu pozorování a bez ověření příčin a důvodů určitého chování vynáší jednoznačné zobecňující závěry nebo. je aplikuje na situace na které neplatí.
- Efekt intencionality (záměrnosti) se projevuje v tendenci přisuzovat každému chování, každé reakci člověka určitý záměr. Přitom řada našich reakcí a projevů je bezděčných, nezáměrných.
- Stereotypizace/předsudky znamená klasifikaci lidí podle předem daných kritérií na základě povrchních charakteristik (barvy pleti, sexuální orientace aj.). Přitom se nebere ohled na to, jaký člověk ve skutečnosti je.
- Filtry/profesní slepota (vliv informací z „druhé ruky“, deformace profesí apod.), funguje podobně jako u stereotypů, člověk si dlouhodobým výkonem určité činnosti vypěstovává poměrně pevné jednostranné postoje a zaměření.
- Kontrast - posuzovatel má tendenci hodnotit ostatní opačným způsobem, než vnímá sám sebe. Např. uspěchaný člověk považuje druhého který čte za lenocha.
- Citová vazba - čím blíže psychicky se posuzovatel cítí vůči druhým, tím pozitivněji je hodnotí a naopak.
- Figura – pozadí - prostředí, které je pozadím lidí, ovlivňuje jejich hodnotu v očích posuzovatele.
- Individuální odlišnosti/skupina
- Pygmalion-efekt a Golem-efekt. S naším očekáváním a jeho vlivem na posuzování dané osoby je spojen výskyt následujících jevů: Bylo zjištěno, že například učitel, který očekává u žáka dobrý výkon a další zlepšování, jedná s ním bezděčně tak, že jeho vývoj podporuje a samotný žák se začíná chovat ve shodě s učitelovým očekáváním, zlepšuje svůj výkon (Pygmalion-efekt). Tento mechanismus funguje ovšem i opačně: jestliže učitel očekává špatný a zhoršující se výkon, může se to projevit i v jednání s žákem a žakově zhoršení

- výkonu (Golem-efekt).
- Efekt svatozáře/kukaččí vejce
- Logická chyba

Se sociální percepcí se spojuje atribuce vycházející obvykle z prvního dojmu, tj. přepisování určitých vlastností druhé osobě podle určitých schémat (např. podle její fyziognomie, sociálního statusu apod.). Důležitým aspektem je také srovnávání sociálních statusů subjektem interakce (stojí-li druhý na společenském žebříčku výše nebo níže) a atribuce sociální moci (zda druhý může či nemůže udílet subjektu odměny a tresty).

Podle E. F. Muellera a A. Thomase (Nakonečný, 1997) se v sociální percepci uplatňuje určitá organizace vnímání:

1. Vnímání se organizuje kolem vnějšího zjevu a povrchových kritérií.
2. Je určena centrální vlastnost a její bezprostřední implikace jsou brány jako dané.
3. Osoba je zobrazena jako vzorec k sobě se hodících vlastností
4. Osoba je vnímána jako komplexní struktura, která zahrnuje také inkongruentní (neslučitelné) znaky a protiklady.

Za **základní klíče sociální percepce** se považují výraz (zejména mimický), vzezření (např. způsob oblékání), obsah řeči a její forma (co člověk říká a jak), status (socioekonomické postavení), případně příslušnost k etnické skupině a chování.

Hlavní dimenze obrazu druhého jsou:

1. sociálně dobrý – sociálně špatný
2. inteligentní – neinteligentní
3. silný – slabý
4. aktivní – pasivní
5. vřelý – chladný

Za základní akcent obrazu pak lze pokládat sympatii, antipatii a lhostejnost.

Základním znakem sociální percepce je tzv. **alterace identity** – týž povahový rys, resp. týž projev chování, je různými lidmi různě interpretován. Např. plačící muž může být ženou A pokládán za citlivého, ženou B za změkčilého. Někdy je tento jev nazýván metaidentitou (tj. identitou subjektu pro druhého člověka).

Dále se objevuje **metaperspektiva**, obraz, který si člověk vytváří o mně: “Mám tě rád, nevím sice, zda ty mne máš rád, ale vím, že ty víš, že tě mám rád, a nevím, zda ty víš, že já nevím, zda ty mne máš rád.” (Nakonečný, 1997)

Každý jedinec podléhá vlivu sociální percepce. Realitu nevnímáme objektivně, ale podle jejího významu pro nás. Sociální percepce je tedy jev výběrový, subjektivní a problematický.