OSTRAVSKÁ UNIVERZITA
PEDAGOGICKÁ FAKULTA

SOCIÁLNÍ PSYCHOLOGIE

PAVEL ŠKOBRTAL

vytvořeno v rámci projektu IRP
„VYTVOŘENÍ UČEBNÍCH TEXTOVÝCH POMŮCEK PRO VYBRANÉ PŘEDMĚTY V RÁMCI STUDIJNÍCH PROGRAMŮ SPECIALIZACE V PEDAGOGICE A UČITELSTVÍ PRO 2. STUPEŇ ZÁKLADNÍ ŠKOLY“

OSTRAVA 2018

Projekt IRP „VYTVOŘENÍ UČEBNÍCH TEXTOVÝCH POMŮCEK PRO VYBRANÉ PŘEDMĚTY V RÁMCI STUDIJNÍCH PROGRAMŮ SPECIALIZACE V PEDAGOGICE A UČITELSTVÍ PRO 2. STUPEŇ ZÁKLADNÍ ŠKOLY“

OSTRAVSKÁ UNIVERZITA

PEDAGOGICKÁ FAKULTA

NÁZEV STUDIJNÍ OPORY

Recenzovali:

1. Mgr. Lucie Křeménková, Ph.D., Pedagogická fakulta, Univerzita Palackého v Olomouci,
2. PhDr. Radim Badošek, Ph.D., Pedagogická fakulta, Ostravská univerzita

© Ostravská univerzita, Pedagogická fakulta, 2018

© PhDr. Pavel Škobrtal, Ph.D.

ISBN 978-80-7599-057-0

POUŽITÉ GRAFICKÉ SYMBOLY

Průvodce studiem

Cíl kapitoly

Klíčová slova

Kontrolní otázky

Pojmy k zapamatování

Shrnutí

Korespondenční úkol

Řešený příklad

Cvičení

Literatura

OBSAH

Slovo úvodem ... **1**

1 Úvod do sociální psychologie ... **2**

1.1 Vymezení sociální psychologie ... 2

1.2 Stručná historie sociální psychologie ... 3

1.3 Vědecká metoda ... 6

Literatura ... **17**

2 Sociální percepce ... **18**

2.1 Úvod do problematiky ... 18

2.1.1 Interpersonální percepce ... 19

2.2 Impression management ... 20

2.3 Zkreslení při utváření dojmu ... 22

2.3.1 Aschův konfigurační model ... 22

2.3.2 Efekt prvního dojmu a efekt novosti ... 22

2.3.3 Pozitivní a negativní informace ... 23

2.3.4 Implicitní teorie osobnosti ... 23

2.3.5 Fyzický vzhled ... 24

2.3.6 Stereotypy ... 24

2.4 Sociální kognice ... 26

2.4.1 Heuristika ... 28

2.4.2 Chyby a omyly v myšlení ... 28

2.5 Teorie atribuce ... 31

2.5.1 Heiderova psychologie „zdravého rozumu“ ... 32

2.5.2 Kovarianční model ... 32

2.5.3 Atribuce příčiny v úkolové situaci ... 33

2.5.4 Hlavní atribuční omyl ... 34

Literatura ... **38**

3 Postoje ... **39**

3.1 Struktura s funkce postojů ... 39

3.1.1 Historické pozadí ... 39

3.2 Z kolika komponent se postoj skládá? ... 42

3.2.1 Třísložkový model postojů ... 42

3.2.2 Dvousložkový model postojů ... 44

3.2.3 Jednosložkový model postojů ... 44

3.3 Funckce psotojů ... 45

3.4 Utváření postojů ... 45

3.5 Změna postoje ... 47

3.6 Koncepty příbuzné postojům ... 48

3.6.1 Hodnoty ... 48

3.6.2 Ideologie ... 49

3.7 Měření postojů ... 50

3.7.1 Sémantický diferenciál ... 50
3.7.2 Škála stejně se jevících intervalů ... 52
3.7.3 Metoda sumovaných odhadů ... 55

3.8 Persuaze ... 58

Literatura ... 65

4 Sociální skupiny ... 67

4.1 Co je to skupina? ... 67
4.1.1 Skupiny versus agregáty ... 69
4.1.2 Definice skupiny ... 69

4.2 Vliv skupiny na výkon jednotlivce ... 70
4.2.1 Sociální facilitace ... 70
4.2.2 Sociální inhibice ... 71

4.3 Normy ... 72

4.4 Socializace ... 73

4.5 Skupinová struktura ... 75
4.5.1 Role ... 75
4.5.2 Status ... 76

4.6 Komunikační sítě ... 77

4.7 Další skupinové procesy ... 77

4.8 Proč se lidé sdružují do skupin ... 78
4.8.1 Teorie instinktů a model vrozených determinant ... 80
4.8.2 Teorie učení ... 80
4.8.3 Teorie sociální výměny ... 81
4.8.4 Teorie sociálního srovnávání ... 81

Literatura ... 84

5 Sociální vliv a osobní kontrola ... 86

5.1 Druhy sociálního vlivu ... 86

5.2 Konformita ... 87

5.3 Obedience ... 89

5.4 Rozdíl mezi konformitou a obediencí ... 90

5.5 Kompliance ... 92

Literatura ... 97

6 Atraktivita ... 98

6.1 Atraktivní lidé ... 98

6.2 Co zvyšuje sympatie? ... 99
6.2.1 Blízkost (proximita) ... 99
6.2.2 Podobnost ... 100

6.3 Fyzická atraktivita ... 102
6.3.1 Dopady fyzické atraktivity ... 102
6.3.2 Haló efekt ... 103
6.3.3 Sebenaplňující se proroctví ... 104

6.3.4 Fyzická atraktivita a pohlaví ... 104
6.3.5 Proč má fyzická krása takový význam? ... 105
6.3.6 Atraktivita a výběr partnera ... 106
6.3.7 Honba za štíhlostí ... 107
6.3.8 Co je krása? ... 108

6.4 Teorie odměny a interpersonální přitažlivost ... 109

Literatura ... 112

7 Agrese ... 114

7.1 Definice agrese ... 114
7.1.1 Formy a funkce agrese ... 115
7.1.2 Dějiny násilí ... 116

7.2 Příčiny agrese ... 117
7.2.1 Teorie instinktů ... 118
7.2.2 Teorie učení ... 118
7.2.3 Příroda versus výchova ... 119

7.3 Vnitřní Příčiny agrese ... 120
7.3.1 Frustrace ... 120
7.3.2 Špatná nálada ... 120
7.3.3 Atribuce ... 121
7.3.4 Věk ... 122
7.3.5 Pohlaví ... 122

7.4 Interpersonální příčiny agrese ... 123
7.4.1 Sobectví a ovlivňování druhých ... 123
7.4.2 Domácí násilí ... 124

7.5 Externí příčiny agrese ... 124
7.5.1 Efekt zbraně ... 124
7.5.2 Masmédia ... 125
7.5.3 Prostředí ... 126

Literatura ... 130

8 Prosociální chování ... 133

8.1 Prosociální chování, pomáhající chování a altruismus ... 133

8.2 Proč si lidé pomáhají? ... 134
8.2.1 Evoluční hledisko ... 134
8.2.2 Empatie a nabuzení (arousal) ... 135
8.2.3 Empatie a altruismus ... 136
8.2.4 Altruismus a teorie učení ... 137

8.3 Efekt přihlížejícího ... 137
8.3.1 Kognitivní model ... 138
8.3.2 Rozptýlení zodpovědnosti (diffusion of responsibility) ... 140

8.4 Lidský faktor ... 140
8.4.1 Nálada ... 140
8.4.2 Osobnostní rysy ... 141

Literatura ... 145

Slovo úvodem

Cílem tohoto učebního textu je poskytnout studentům skripta, které by pokryla svým rozsahem důležité teoretické a výzkumné oblasti sociální psychologie. Sociální psychologie zahrnuje velice širokou oblast, a každý pokus prezentovat komplexní celkový pohled na tento vědní obor by byl velice obtížný. Text je koncipován tak, aby zde kromě nezbytné teorie byla obsažena i spousta příkladů a klíčových studií. Po seznámení se s výsledky klíčových studií, se student může začít zabývat otázkou, jak tyto poznatky aplikovat na skutečné životní situace, se kterými je každý z nás konfrontován den co den. Většina textů sociální psychologie přibližuje studentům její taje jen z perspektivy výzkumu a teorie, zatímco používání příkladů z každodenního života pro ilustraci sociálně psychologických úkazů se vyhýbá. Tento přístup často zanechává studenty bez vědomí toho, aniž by plně docenili využití poznatků sociální psychologie v praxi.

Přejeme Vám mnoho úspěchů při studiu

Autor/ři

1 Úvod do sociální psychologie

Cíl kapitoly

Po nastudování této kapitoly byste měli být schopni:

- *Vymezit sociální psychologii a její vztah k jiným vědním disciplínám.*
- *Definovat sociální psychologii jako empirickou vědu.*
- *Rozumět principům kvalitativní metody analýzy dat.*
- *Chápat etické dopady realizace výzkumu.*
- *Vyznat se v různých teoretickch přístupech.*
- *Kriticky zhodnotit sociální psychologii jako vědu.*
- *Znát historii sociální psychologie.*

Klíčová slova

Archivní výzkum, chování, behaviorismus, případová studie, kognitivní teroie, korelace, data, závisle proměnná, dvojitě slepá studie, experimentální metoda, externí validita, hypotéza, nezávisle proměnná, vnitřní validita, operacionální definice, redukcionismus, věda, vědecká metoda, sociální psychologie, statsitická významnost, statistika, teorie.

Průvodce studiem

Nejprve si rychle ji projděte celou kapitolu, abyste získali představu o hlavních tématech. Pozorně si přečtěte souhrn, který je uveden na konci kapitoly. Napadnou vás otázky, na které najdete odpověď po přečtení celé kapitoly. Potom si kapitolu pozorně přečtěte. Při čtení se pokuste nalézt odpověď na otázky, které jste si položili. Pokuste se najít souvislosti mezi probíranou látkou a tím, co již víte. Po přečtení kapitoly se snažte vzpomenout si na hlavní myšlenky. Tento postup vám napomůže odhalit mezery ve vašich vědomostech a pomůže vám uspořádat si informace.

1.1 Vymezení sociální psychologie

Sociální psychologie se zabývá pochopením širokého spektra faktorů, které ovlivňují chování, myšlení a cítění jedince (Hogg, Vaughan, 2011). Jinými slovy lze tedy říci, že sociální psychologie **vědecky studuje, jak lidé ovlivňují druhé lidi a současně jsou**

sami druhými lidmi ovlivňováni. Zaměřuje se zejména na normální dospělé lidi. Sociální psychologie se zabývá vlivem druhých lidí na myšlení, cítění a chování jednotlivce. Jedná se o základní kameny sociální psychologie. Sociální psychologie hojně spolupracuje s jinými obory, protože různé společenské vědy se zaměřují na různé aspekty sociálního života (Baumeister, Bushman, 2011):

- **Antropologie** – studium lidské kultury, která sestává z hodnot, přesvědčení a rituálů skupiny, které se předávají z generace na generaci. Člověk není jen tvor sociální, ale také kulturní. Nelze porozumět sociálnímu chování, bez kulturního kontextu, v němž chování probíhá.
- **Ekonomie** – studium produkce, distribuce a konzumace zboží a služeb. Sociální psychologové se velmi zajímají o tato témata. Mnoho sociálně psychologických teorií je založeno na ekonomických principech (např. teorie sociální výměny).
- **Historie** – je třeba porozumět minulým otázkám, je třeba se učit z minulosti. Společnost se vyvíjí a její členové by neměli opakovat stejné chyby. Otázkou je, zda se sociální chování mění v průběhu času.
- **Politologie** – studium politických organizací a institucí, zejména vlády. Sociální psychologové studují politické chování, hlasování, identifikaci s politickou stranou, problematika vůdcovství atd.
- **Sociologie** – studium lidské společnosti a skupin, které ji tvoří. Ačkoliv studují totéž, liší se v tom, no co se zaměřují. Sociální psychologové se zaměřují u jedince, kdežto sociologové se zaměřují na velké jednotky, země, náboženské skupiny apod.

1.2 Stručná historie sociální psychologie

Sociální psychologie je oborem mladým a současně starým zároveň. Záleží na úhlu pohledu. Ve své vědecké podobě se objevila teprve na počátku 20. století. Nicméně již dlouhou dobu před konstituováním sociální psychologie jako samostatné vědy se filozofové a různí učenci zabývali tím, jak naše interakce s druhými lidmi ovlivňuje náš psychický život a jak naše osobnost ovlivňuje jednání druhých. Allport (in Hunt, 2015) považuje za předchůdce sociální psychologie Platóna, Aristotela a potažmo kteréhokoliv z pozdějších politických filozofů, jako byl např. T. Hobbes, A. Comte a další. Výše uvedení učenci a filozofové však přispěli sociální psychologii pouze hlubokými sociálně psychologickými úvahami, nikoliv empirickými výzkumy. Situace se změnila v roce 1897, kdy byl proveden jeden z prvních výzkumů tohoto typu. Toho roku publikoval francouzský sociolog a sociální psycholog Gabriel de Tarde v „Études de psychologie sociale“ svá pozorování (Hogg, Vaughan, 2011). Gabriel de Tarde si povšiml toho, že když cyklisté jezdící Bouloňský lesíkem, jeli sami, měli horší výkon, než pokud jeli ve skupině.

Na Gabriela de Tarda navázal v témže roce Norman Triplett, profesor působící na univerzitě v Indianě, který provedl jeden z vůbec prvních sociálně psychologických experimentů (Hogg, Vaughan, 2011). Triplett vyšel z de Tardových pozorování, kdy

zkoumal cyklistické záznamy z r. 1897 a povšiml si, že cyklisté, kteří soutěžili s druhými podávali lepší výkon než ti, kteří jeli sami pouze na čas. Triplett uzavřel svou studii konstatováním, že přítomnost druhých spouští instinkt soutěživosti, který zvyšuje „nervovou energii“ a tím zlepšuje individuální výkonnost. Triplet také jako první podal experimentální důkaz o tom, že přítomnost druhých ovlivňuje fyzickou aktivitu jedince. Tuto svou hypotézu otestoval postavením tzv. soutěžního stroje (competition machine). Experimentální skupina se skládala ze 40 dětí, které namotávaly provázek na cívku. Experiment probíhal za dvou střídajících se podmínek. Dítě buď pracovalo o samotě, nebo paralelně s druhým dítětem. Z výsledků vyplynulo, že čas navíjení byl rychlejší, když děti pracovaly bok po boku, než když pracovaly samy. Tzn., že již pouhá přítomnost druhých lidí má vliv na zvýšení výkonu jedince i v takovéto poměrně jednoduché úloze (Baumeister, Bushman, 2011).

Další raně sociálně psychologický experiment provedl v roce 1880 francouzský profesor zemědělského inženýrství Max Ringelmann. Nechal muže přetahovat se na laně buď samotné (tj. jeden na jednoho), nebo jako součást skupiny a měřil množství vynaloženého úsilí. Dospěl k závěru, že s tím, jak se skupina zvětšuje, se zároveň snižuje individuálně vynaložené úsilí. Tyto dva klíčové experimenty odstartovaly celou plejádu dalších studií a výzkumů. Důležité je na tomto místě poznamenat, že tyto dvě studie došly (pouze však zdánlivě) ke zcela opačným výsledkům, kdy jedna studie zjistila, že lidé v přítomnosti druhých pracují usilovněji, zatímco druhá studie dospěla k naprosto odlišnému závěru. Na těchto dvou jednoduchých příkladech lze demonstrovat, jak je výzkum a interpretace sociálního chování nesmírně složitý proces (Hogg, Vaughan, 2008).

Důležitými milníky ve vývoji jakéhokoliv oboru jsou učebnice. Autoři zabývající se historií sociální psychologie z toho důvodu obvykle rozdělují dějiny jejího vývoje na tři fáze: prví fáze se datuje od vzniku sociální psychologie do konce 2. světové války, druhá fáze zahrnuj dobu od konce 2. světové války do konce 60. let 20. století a třetí fáze zahrnuje dobu od začátku 70. let do současnosti (Výrost, Slaměník, 2008).

Fáze (1908 - 1945). Za rok vzniku sociální psychologie je považován rok 1908, kdy nezávisle na sobě vydávají E. Ross a W. McDougall učebnici s názvem „Social Psychology“. Mezi lety 1918 až 1920 vychází postupně pěti dílná studie „Polish Peasant in Europe and America“ autorů W. I. Thomase a F. Znanieckeho, v níž učinili postoje ústředním tématem sociální psychologie. V roce 1921 dochází k přerodu vědeckého časopisu The Journal of Abnormal Psychology na The Journal of Abnormal and Social Psychology. Roku 1924 vydává F. Allport, bratr G. W. Allporta svou v té době velice vlivnou učebnici sociální psychologie s názvem „Social Psychology“. V roce 1934 publikuje G. H. Mead knihu „Mind, Self and Society“, v níž zdůraznil interakci mezi Self a druhými lidmi. V roce 1935 vychází první „The Handbook of Social Psychology“ editovaný C. Murchisonem. Roku 1936 vysvětluje M. Sherif proces konformity ve své knize „The psychology of Social Norms“. Roku 1939 K. Lewin společně se svými žáky uveřejňuje studii vůdcovských stylů a J. Dollard publikuje svou frustrační teorii agrese. V roce 1941 uveřejňují N. Miller a J.

Dollard ve studii „Social Learning and Imitation“ teorii učení, která rozšířila behavioristické principy na sociální chování. V roce 1945 zakládá K. Lewin Research Center for Group Dynamics.

2. Fáze (1946 - 1969). V roce 1954 vychází druhá edice „The Handbook of Social Psychology“ editovaná G. Lindzeyem. Roku 1957 publikuje L. Festinger svou teorii kognitivní disonance, zdůrazňující potřebu konzistence mezi myšlením a chováním. Roku 1958 pokládá F. Heider základy atribuční teorie v knize „The Psychology of Interpersonal Behavior“. V roce 1959 J. Thibaut a H. Kelley publikují v práci „The Social Psychology of Groups“ základy teorie sociální výměny. V roce 1965 dochází k rozdělení časopisu The Journal of Abnormal and Social Psychology na dva časopisy - The Journal of Abnormal Psychology a The Journal of Personality and Social Psychology. Konec tohoto období tvoří etapa, která se charakterizuje jako krize.

3. Fáze (1970 - současnost). V roce 1985 vychází třetí edice „The Handbook of Social Psychology“ editovaná G. Lindzeyem a E. Aronsonem a roku 1998 vychází čtvrté vydání „The Handbook of Social Psychology“ editované G. Lindzeyem, S. T. Fikeovou a D. T. Gilbertem.

Milníkem v historii sociální psychologie je tedy vydání konkrétních učebnic, kdy – jak již bylo zmíněno výše – v roce 1908 vycházejí hned dvě knihy s názvem Sociální psychologie, jedna od W. McDougalla a druhá od E. Rosse. F. Allport pak vydává roku 1924 další knihu.

Začátkem 20. století se mnoho myslitelů začalo zabývat lidskou společností. Impulsem k těmto myšlenkám byla První světová válka, vzestup fašismu, rozvoj automobilismus, změna sexuálního chování, ekonomická krize atd. V této době se objevily dvě hlavní myšlenky, které dominovaly v sociální psychologii po dlouhou dobu a nasměrovaly její další vývoj. G. Allport (in Hogg, Vaughan, 2011) prohlásil v roce 1954, že postoje jsou pro americkou sociální psychologii zásadním tématem. Studium postojů dominovalo sociální psychologii po celé dekády a je důležité i dnes. Druhá klíčová myšlenka pochází od K. Lewina a říká, že chování je funkcí osobnosti a situace.

Druhá světová válka podnítila řadu výzkumů. Některé se týkali velkých teoretických otázek (např. „Proč miliony civilizovaných, morálních, nábožensky založených a vzdělaných lidí podlehlo A. Hitlerovi?“). Jiné se týkali ryze praktických věcí (třeba „Co motivuje vojáky plnit na bojišti svou povinnost, přestože vědí, že mohou každou chvíli zemřít?“). Hrozné věci, které nacisté dělali, stimulovaly nejznámější výzkumy v sociální psychologii – viz např. Milgramovy experimenty.

Sociální psychologie jako taková se ustanovila mezi lety 1950 a 1960. V té době byla psychologie rozdělena na dva nesmiřitelné tábory, behavioristy a freudiánské psychoanalytiky. Sociální psychologie se přikláněla spíše na stranu behavioristů, pokud jde o experimenty a vědeckou metodu, také však měla sympatie pro psychoanalytiky a jejich zájem o vnitřní stavy a procesy. Nakonec si sociální psychologie našla svou vlastní cestu, skrze vědecký přístup, měření na chování,

rovněž se však pokouší vědecky studovat emoce, myšlení a vnitřní stavy (Baumeister, Bushman, 2011). Zhruba od roku 1970 se datuje zájem o jednoduché kognitivní procesy a od roku 1980 o sociální kognici. Kolem roku 1990 se sociální psychologie otevírá biologii, což má za následek velký rozmach evoluční psychologie.

1.3 Vědecká metoda

Věda je metodou objevování pravd, nikoliv disciplína. Vědecká metoda zahrnuje pět základních kroků (Baumeister, Bushman, 2011):

1) Výzkumník postuluje problém.
2) Výzkumník formuluje testovatelnou hypotézu, jako předběžné řešení problému. Např.: Hraní násilných videoher zvyšuje agresi.
3) Výzkumník navrhne studii k testování hypotézy a sesbírá data. Kdokoliv jiný sebere stejným způsobem data, měl by dojít k podobným výsledkům.
4) Statistickým testem konfrontuje hypotézu s daty, tj. zda jsou data konzistentní nebo nekonzistentní s hypotézou. Jedna studie nic nedokazuje. Vždy existuje možnost, že data jsou pouze dílem náhody. Obvykle se hypotézy testují na 0,05 (5 %) hladině významnosti. Je-li statistický test na této hladině signifikantní, znamená to, že výzkumník si je na 95 % jist, že výsledek není dílem náhody a existuje zde pouze 5 % šance, že výsledek je pouze dílem náhody. Replikace dané studie prudce snižuje možnost vlivu náhody.
5) Výzkumník oznámí výsledky své studie vědecké komunitě. Pokud se výsledky někomu nezdají, může studii replikovat.

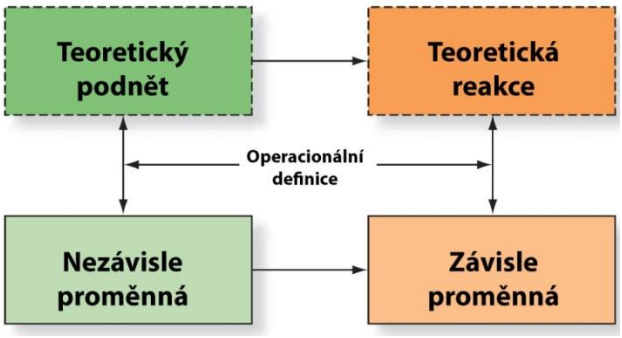
Sociální psychologové se nezajímají jen o to, co lidé dělají, ale také proč to dělají. Kvůli tomu psychologové odvozují od teorií hypotézy. Teorie sestává z konstruktů (abstraktních myšlenek nebo konceptů), které jsou spojeny dohromady logickým způsobem. Výzkumník je musí zkonstruovat (sestavit) tím, že určí jejich dimenze. Např. konstrukt agrese má mnohonásobné dimenze – fyzická vs. verbální, přímá vs. nepřímá, pasivní vs. aktivní atd.

Teorie je více než jen tušení – vysvětlující, proč něco očekáváme nebo proč se něco objevilo. Konstrukty nelze pozorovat přímo, bývají spojovány s konkrétními pozorovatelnými proměnnými pomocí operacionálních definicí. Např. jedna teorie předpokládala, že frustrace má za následek agresi. Frustrace byla definována jako překážka na cestě k cíli. Agrese byla definována jako záměrné zranění jiné osoby. Frustrace je teoretický podnět a agrese je teoretická reakce.

Nezávislou proměnnou se rozumí jakákoliv pozorovatelná událost, způsobující, že člověk něco udělá. Nezávislá je v tom smyslu, že její hodnota je ovlivněna výzkumníkem a nezávisí na ničem jiném, co se stalo během experimentu (je nezávislá na kontrole participanta). Proměnná se nazývá proto, že má minimálně dvě úrovně, kategorie atd.

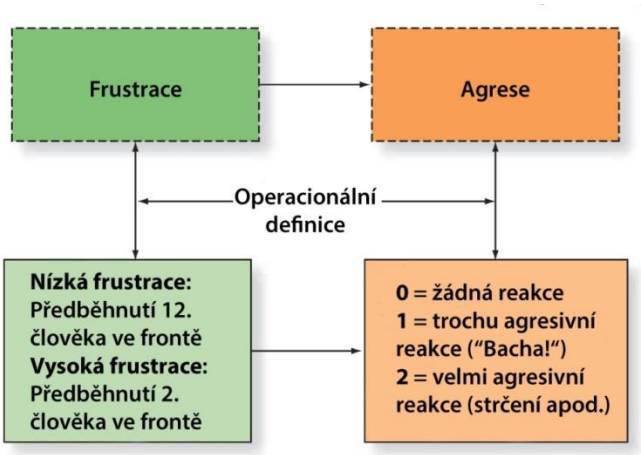
Chování je funkcí jak situace, tak individuálních rozdílů. Se situačními faktory lze v experimentu manipulovat. Individuálními rozdíly (věk, pohlaví, inteligence, postoje atd.) lze měřit, ale nelze s nimi manipulovat. Participanti vcházejí do experimentu již s těmito atributy. Výzkumník může učinit závěr o příčině a důsledku pouze u pravých nezávislých proměnných, s nimiž lze manipulovat. Manipulování s nezávisle proměnnou se liší od měření proměnných (např. přirozené rozdíly mezi lidmi). Nelze např. říct, zda inteligence nebo pohlaví má za následek určitý výsledek, protože v experimentu se lze vyjádřit ke kauzalitě pouze u proměnných, s nimiž lze manipulovat.

Závisle proměnnou je jakékoliv pozorovatelné chování. Závislá je ve smyslu, že její hodnota závisí na hodnotě nezávisle proměnné. Při experimentu s vlivem alkoholického a nealkoholického piva na agresi, je agrese závislou proměnnou. Výzkumník může použit různá měřítka pro agresi (verbální útoky, fyzické atd.). Výzkumník musí nějak propojit nepozorovatelné konstrukty s konkrétními reprezentacemi těchto konstruktů. To se děje pomocí operacionálních definicí. Operacionální definice klasifikují teoretické konstrukty v pojmech pozorovatelných operací, procedur a měření. Čím je konstrukt abstraktnější, tím těžší je ho operacionalizovat (Ferjenčík, 2010).



Obrázek 1 Prvky teoretického modelu. Objevují se zde neviditelné konstrukty (ohraničené přerušovanou čarou) na nejvyšší úrovni a pozorovatelné proměnné (ohraničené pevnou čarou) na spodní úrovni. *Zdroj: Baumeister, Bushman, 2011*

Např. testování teorie frustrace-agrese, participanti čekali v dlouhé frontě a skrytý asistent předbíhal. Lidé si neuvědomovali, že jsou součástí studie. Hozením mince bylo určeno, zda konfident experimentátora předběhne člověka, který je 2. v řadě, nebo 12 v řadě.



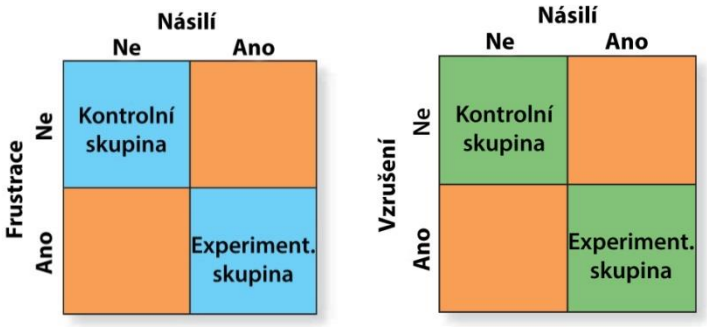
Obrázek 2 Teoretický podnět, teoretická reakce, nezávisle proměnná a závisle proměnná ve studii, která testovala teorii frustrace-agrese (Harris, 1974). *Zdroj: Baumeister, Bushman, 2011*

Teorie musí být testovatelná. Musí být možnost definovat teoretické konstrukty a operacionalizovat je. Pokud teoretické konstrukty nelze operacionalizovat, je taková teorie mimo říši vědy a spadá spíše do filozofie nebo náboženství.

Sociální psychologie upřednostňuje **experiment**, z kterého lze usuzovat na kauzalitu. Experiment má dva základní rysy (Janoušek, 1986):

1) Výzkumník má kontrolu nad celou procedurou.
2) Participantům je náhodě přiřazena úroveň nezávisle proměnné.

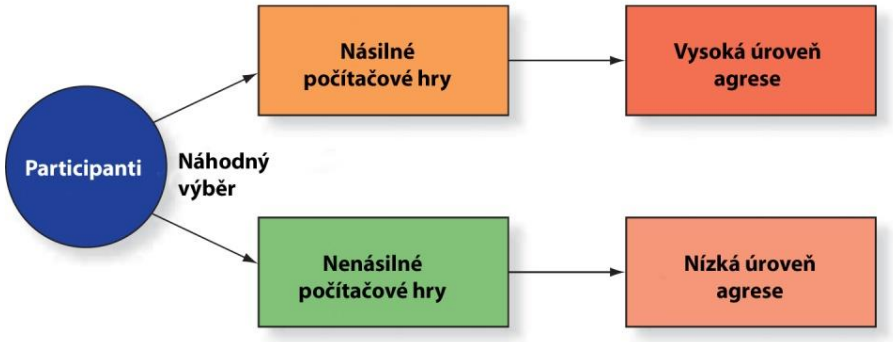
Náhodný výběr znamená, že každý participant má stejnou šanci být přiřazen do experimentální nebo kontrolní skupiny. Představte si např. experiment s vlivem násilných počítačových her (FPS z angl.. First Person Shooter) na agresi. S oběma skupinami (experimentální a kontrolní) je třeba zacházet stejně (instrukce zadány magnetofonem, textem apod.). Počítačové hry v experimentální a kontrolní skupině by si měly odpovídat i v jiných parametrech (obtížnost, zábavnost apod.)



Obrázek 3 Když jsou dvě proměnné provázané, jejich jednotlivé efekty se vzájemně mísí nelze je od sebe oddělit. Násilný obsah PC hry je propojen s frustrací (obr. vlevo). Násilný obsah je propojen se vzrušením (obr. vpravo). *Zdroj: Baumeister, Bushman, 2011*

Na agresi může mít vliv i frustrace a arousal, např. příliš těžká FPS hra oproti nenásilné hře. FPS je vzrušující, zatímco nenásilná hra je nudná. Frustraci a násilí navíc někdy nelze odlišit.

Agresivní chování měříme u obou skupin. Participant má možnost zranit jinou osobu elektrošokem. Druhou osobou je konfident experimentátora. Pokud je agrese vyšší u hráčů násilných počítačových her, jak jinak by šlo tento jev ještě vysvětlit? Náhodný výběr zajistil, že obě skupiny jsou vzhledem k původní agresivitě přibližně stejné. S oběma skupinami je zacházeno identicky, kromě typu her. Lze tedy říci, že hraní násilných počítačových her zvyšuje agresi.



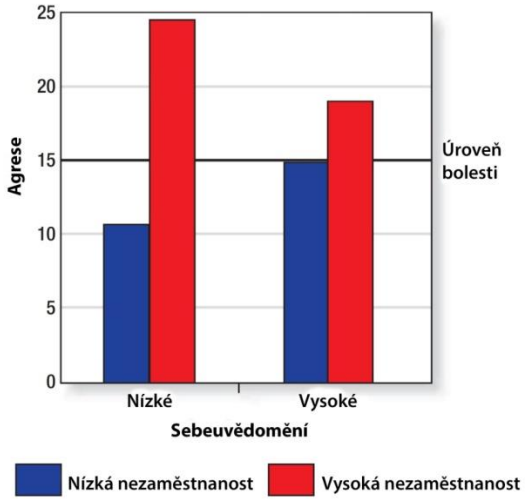
Obrázek 4 V experimentální studii jsou účastníci náhodně rozděleni do skupin a poté se měří jejich reakce. *Zdroj: Baumeister, Bushman, 2011*

Lidské chování je složité a rovněž tak jeho příčiny. Často je nutné manipulovat s více než jednou nezávisle proměnnou, aby došlo ke změně závisle proměnné. Pokud experiment zahrnuje více jak jednu nezávisle proměnnou, mluvíme o tzv. **faktoriálním designu**.

Faktoriálního designu rozlišujeme dva typy efektu (Ferjenčík, 2010):

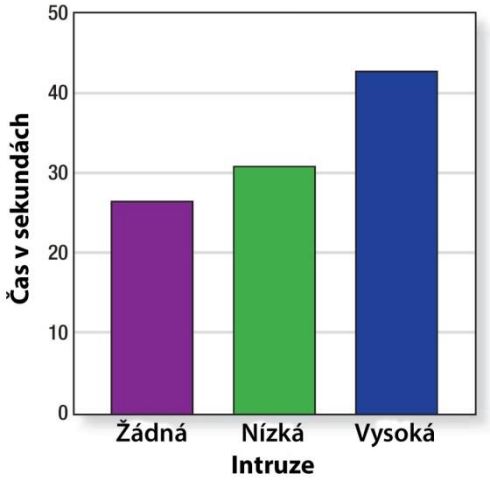
- **Hlavní efekt** – efekt jedné nezávisle proměnné, přičemž se ignorují účinky ostatních nezávisle proměnných.
- **Interakční efekt** – společný efekt více než jedné nezávisle proměnné, interakce znamená, že nezávisle proměnné působí společně způsobem, který se liší od toho, když každá proměnná působí samostatně.

Příkladem faktoriálního výzkumu by mohla být studie, kdy si pokusné osoby přečetli zprávu o vysokém nebo nízkém počtu nezaměstnaných v oboru, který vystudovali. Další proměnnou bylo sebeuvědomění, tj. uvědomění si vlastních kvalit a jedinečnosti. Jako míra agrese sloužilo to, jak dlouho udrží daný člověk kolegovi ruku v ledové vodě.



Obrázek 5 Z obrázku je patrné, že efekt nezaměstnanosti byly větší v podmínkách nízké sebeuvědomění (Fischer a kol., 2008). *Zdroj: Baumeister, Bushman, 2011*

Jako příklad **experimentu v přirozených podmínkách** lze použít studii s parkováním, která ukazuje teritoriální chování lidí. Lidé nechtějí, aby druzí zasahovali do jejich teritoria. Vetřelec pak vyvolává v okupantovi parkovacího místa výzvu kontrolovat teritorium. Dle teorie reaktance lidé reagují na takové situace prožíváním nepříjemné emocionální reakce, zvané reaktance, která je motivuje bránit území.

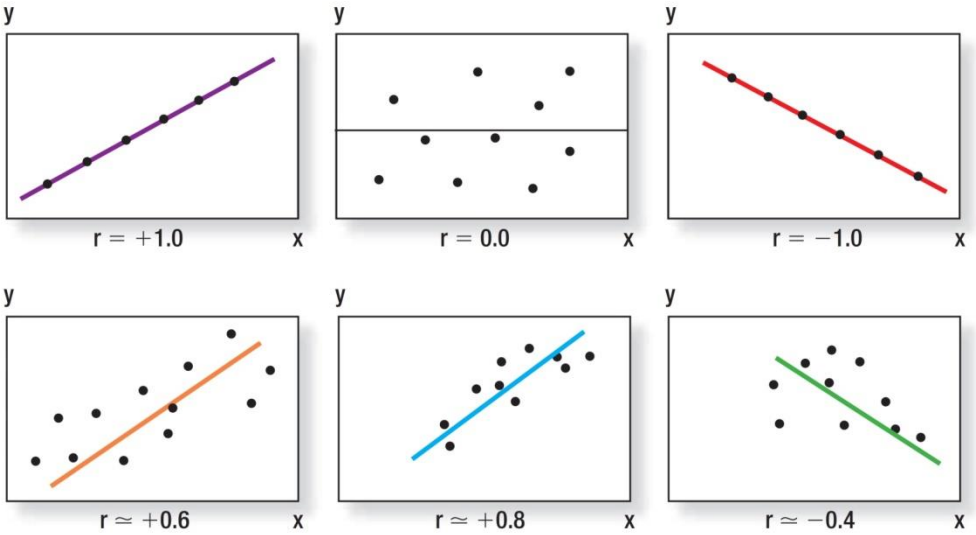


Obrázek 6 Řidiči si dávali na čas s opuštěním parkovací místa, když na něj čekal „vetřelec“ (Ruback, Juieng, 1997). *Zdroj: Baumeister, Bushman, 2011*

Některé experimenty jsou prováděny v laboratoři, jiné v přirozených podmínkách (viz výše uvedený výzkum řidičů opouštějících parkovací místo před supermarketem). Silnou stránkou laboratorních experimentů je kontrola nad proměnnými. Hlavním nedostatkem je pak nižší míra realismu.

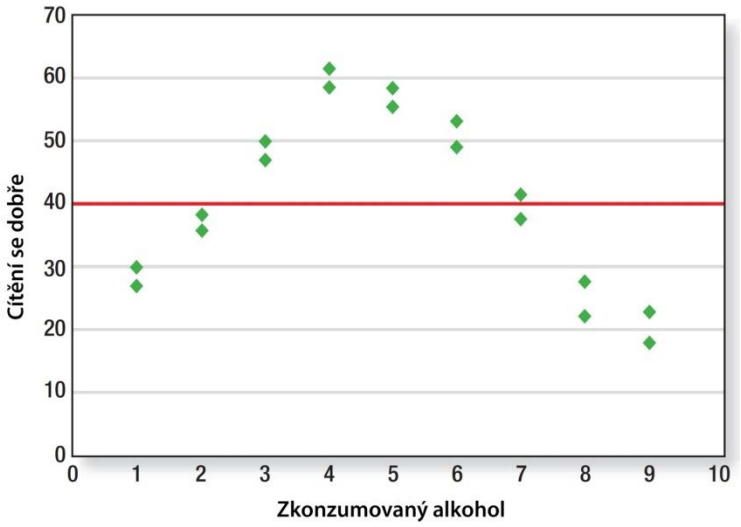
Preferují se experimentální studie, ne vždy však lze experiment použít (v takovém případě mluvíme o tzv. **kvazi-experimentu**). Charakteristickou známkou experimentu je kontrola proměnných a náhodné přiřazení. Ne vždy lze kontrolovat proměnné z etických nebo praktických důvodů (rasa, pohlaví, věk atd.). Náhodné přiřazení je někdy neetické (viz např. zkušenost s bojovým nasazením a PTSD). Často se v sociální psychologii přistupuje k alternativním výzkumným technikám, známým jako **korelační přístup**. Výzkumník pouze pozoruje, zda se některé věci dějí společně. Tyto asociace se označují jako korelace.

Korelace vyjadřuje **sílu vztahu** mezi dvěma proměnnými. Korelace může být **pozitivní** (např. výskyt kouření a rakoviny plic), **negativní** (např. čas strávený hraním počítačových her a prospěchem ve škole), nebo **žádná** (např. IQ a velikost bot). Matematicky lze korelaci vyjádřit **korelačním koeficientem** – značí se **r**. Korelační koeficient má rozsah od +1 (perfektní pozitivní korelace) po –1 (perfektní negativní korelace). Korelační koeficient 0 znamená, že mezi proměnnými není lineární vztah. Čím je korelace blíže +1 nebo – 1, tím je silnější (Ferjenčík, 2010).



Obrázek 7 Přehled hodnot korelačních koeficientů. Jedna z proměnných je vynesena na ose x a druhá na ose y. Znaménko označuje směr korelace mezi oběma proměnnými (pozitivní nebo negativní). Hodnota udává, jak silný je mezi oběma proměnnými vztah. *Zdroj: Baumeister, Bushman, 2011*

V sociálních vědách se za nízkou korelaci považuje r = ±0,1, střední korelaci r = ±0,3 a za vysokou korelaci r = ±0,5. Korelace 0 nemusí nutně znamenat, že mezi dvěma proměnnými není vztah (např. vztah mezi požíváním alkoholu a cítěním se dobře). S konzumací alkoholu se lidé cítí dobře, ale zhruba po 4 drincích začíná být lidem špatně a lidé se přestávají cítit dobře (Hogg, Vaughan, 2011).



Obrázek 8 Korelaci lze použít pouze tehdy, jsou-li obě proměnné lineárně závislé. Vztah mezi konzumací alkoholu a cítěním se dobře není lineární. Přestože korelace v tomto grafu je 0, existuje silný vztah mezi příjmem alkoholu a cítěním se dobře. Vzhledem k tomu, že konzumace alkoholu se zvyšuje na cca 4 nápoje, nálada se také zvyšuje, ale s tím, jak počet drinků stoupá, nálada se snižuje. *Zdroj: Baumeister, Bushman, 2011*

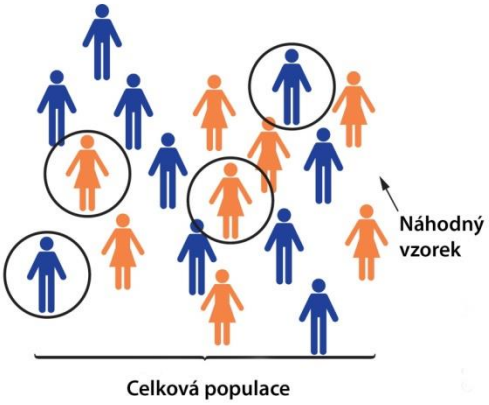
Meta-analýza je statistická analýza různých již publikovaných studií na stejné téma. Na základě korelace nelze stanovit, že změny v jedné proměnné vedou ke změnám v druhé proměnné (Baumeister, Bushman, 2011). Jsou vždy možná tři vysvětlení:

- X může způsobovat změny v Y
- Y může způsobovat změny v X
- jiná proměnná může působit na X i Y

Na základě korelace se nelze vyjadřovat ke kauzalitě. Např. zjistíme korelaci mezi násilím v médiích a násilnou kriminalitou (opět tři možná vysvětlení). V Norsku v jedné studii zjištěn vztah mezi množstvím zkonzumované zmrzliny a počtem utopených lidí. Opět existují tři možná vysvětlení.

Jedna anketa zjistila následující: 68 % mužů, kteří se dopustili znásilnění, bylo vystaveno pornografii před 17 rokem věku. Nicméně, 74 % mužů, kteří se nedopustili znásilnění, bylo také vystaveno pornografii před 17 rokem věku. **Nikdy proto nevěřte závěrům jediné statistiky, kterou nemáte možnost srovnat s jinou statistikou!**

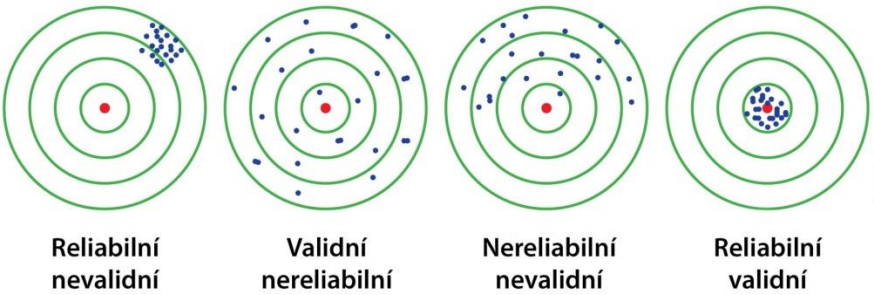
Nejlepší způsob, jak získat reprezentativní vzorek, je **náhodný výběr**. Populace je celkový počet osob nebo objektů, které zkoumáme. Náhodný výběr 1 200 osob dává z 95 % přesné výsledky, ±3 % (tolerance chyb), bez ohledu na velikost populace, z níž je tento vzorek vybrán (Baumeister, Bushman, 2011).



Obrázek 9 Nejlepší způsob, jak získat reprezentativní vzorek z populace, je vybrat náhodný vzorek. Vzorek je náhodný tehdy, pokud každá osoba populaci má stejnou šanci být vybrána. *Zdroj: Baumeister, Bushman, 2011*

Ankety, které nejsou založené na náhodném výběru, sdělují jen velmi málo nebo nic o celkové populaci (např. v časopise Glamour se svého času objevila v jedné anketě otázka „Políbila jste někdy ženu?“ a 63 % respondentek odpovědělo ano). I velmi nenápadné aspekty ankety mohou mít obrovský dopad na výsledek. Např. v časopise Science byla uveřejněna studie, že otevřené otázky mohou velmi ovlivnit výsledek ankety (při uzavřených otázkách 32 % respondentů vidělo školství jako problém, při otevřených otázkách pouze 4 % dotazovaných vidělo školství jako problém).

Reliabilita znamená, že výsledky dotazníku jsou konzistentní, validita znamená, že dotazník měří to, co měřit má. Různé typy reliability měří různé druhy konzistence. Test-retest relaibilita měří konzistenci v průběhu času (např. osobnostní rysy, před a po 6 měsících). Pokud dotazník obsahuje různé položky měřící stejný konstrukt, položky by spolu měly vysoce korelovat. Vnitřní konzistence se měří pomocí tzv. Cronbachova alfa. Rozmezí je od 0 do 1, hodnota okolo 7 je považována za dobrou (Hendl, 2014).



Obrázek 10 Ilustrace zobrazuje validitu a reliabilitu měření, provedeného u téže osoby 21krát. Každý „zásah“ do terče představuje jedno šetření. *Zdroj: Baumeister, Bushman, 2011*

Měření podobných konstruktů by mělo vysoce korelovat – tzv. **konvergentní validita** (např. narcisté a psychopaté postrádají empatii). Měření různých konstruktů

by spolu nemělo korelovat – tzv. **divergentní validita** (např. hraniční porucha osobnosti je emočně nestabilní, pro psychopaty a narcisty toto neplatí). Validita měření je schopnost měření předvídat výsledky relevantní tomuto měření (např. psychopaté a narcisté myslí jen na sebe, tzn., korelace s antisociálním chováním).

Shrnutí

Sociální psychologie může být definována jako vědecké zkoumání toho, jak jsou myšlenky, pocity a chování jednotlivců ovlivněny skutečnou, představovanou nebo předpokládanou přítomností ostatních. Sociální psychologie je věda. Využívá vědeckou metodu ke studiu sociálního chování. Přestože využívá celou škálu empirických metod určených ke shromažďování údajů a testování hypotéz, je obvykle preferovanou metodou experiment, neboť je to nejlepší způsob, jak odhalit kauzalitu. Sociální psychologové zjištěné údaje obvyle transformují na čísla, která jsou analyzována řadou statistických metod. Statistika umožňuje vyvodit závěry o tom, zda pozorovaný efekt nezávisle proměnné je skutečný nebo zda se jedná pouze o náhodnou událost. Ačkoliv má sociální psychologie původ v německé psychologii lidu devatenáctého století a francouzské psychologii davu, moderní sociální psychologie se začala rozvíjet ve Spojených státech ve dvacátých letech 20. století s přijetím experimentální metody.

Pojmy k zapamatování

Sociální psychologie obor psychologie, který usiluje o pochopení toho, jak se lidé vzájemně ovlivňují

Behaviorismus teoretický způsob snažící se vysvětlit chování ve smyslu principů učení, bez ohledu na vnitřní stavy, myšlenky nebo pocity

Psychoanalýza teoretický přístup snažící se vysvětlit chování z perspektivy nevědomých sil působících hluboko uvnitř osoby

Hypotéza představa o možné povaze skutečnosti, testovatelná v rámci experimentu

Teorie abstraktní konstrukty, které jsou spojeny do logického celku

Nezávisle proměnná proměnná, s níž výzkumník manipuluje a o které se předpokládá, že povede ke změně závisle proměnné

Závisle proměnná proměnná v experimentu, která je výsledkem událostí a procesů

Operacionální definice pozorovatelné operace, postupy a měření, která jsou založena na nezávislých a závislých proměnných

Konfident výzkumníkův asistent, který předstíraná, že je pouze dalším účastníkem studie

Experiment studie, ve které výzkumník manipuluje nezávislou proměnnou a náhodně přiřadí pokusné osoby do skupin, reprezentující úrovně nezávisle proměnné

Náhodný výběr každý účastník studie má stejnou šanci být v každé experimentální skupině

Kvazi-experiment typ studie, ve kterém výzkumník může manipulovat s nezávislou proměnnou, ale nemůže použít náhodný výběr

Vnitřní validita rozsah, v němž změny nezávisle proměnné způsobují změny závisle proměnná

Spolupůsobení nastává, když efekty dvou proměnných nelze oddělit

Faktoriální design experiment, který zahrnuje více než jednu nezávislou proměnnou nebo faktor

Hlavní efekt efekt jedné nezávisle proměnné na závisle proměnné, přičemž se ignorují efekty dalších spolu působících nezávisle proměnných

Interakce se týká společných efektů více než jedné nezávisle proměnné na závisle proměnnou

Experiment v přirozených podmínkách experiment provedený v reálném prostředí

Externí validita rozsah, v jakém lze výsledky studie zobecnit na další lidi, další situace a delší časové úseky

Korelační přístup neexperimentální metoda, v níž výzkumník pouze zjišťuje, zda existuje mezi proměnnými nějaký vztah

Korelace vztah nebo souvislost mezi dvěma proměnnými

Korelační koeficient statistický vztah nebo souvislost mezi dvěma proměnnými

Meta-analýza kvantitativní analýza literatury, která kombinuje statistické výsledky (např. korelační koeficienty) ze všech studií provedených na dané téma

Replikace opakování studie, aby se zajistilo, zda bude dosaženo podobných výsledků

Cvičení

Předpoklad o objektivním vztahu mezi dvěma proměnnými se nazývá _____. Doplňte.

S _____ korelací se setkáváme tam, kde není žádný vztah mezi dvěma proměnnými. Doplňte.

V experimentu výzkumník úmyslně manipuluje s _____ proměnnou a měří její vliv na _____ proměnnou.

Když si přečteme, že výsledek v testu inteligence není ovlivněn výhradně rozumovými schopnostmi, která charakteristiku testu je zde kritizována?

Kontrolní otázky

1. Co zkoumají sociální psychologové? Můžete uvést některé příklady takového výzkumu?

2. Někdy se v sociálně psychologickém výzkumu používají experimenty. Proč tomu tak je?

3. Co rozumíte stupněm vysvětlení v sociální psychologii? Co se znamená pojem redukcionismus?

4. Pokud byste podnikli výzkum v sociální psychologii, musíte získat souhlas etické komise. Proč je toto kritérium tak nutné?

Korespondenční úkol

Zamyslete se a napište esej na následující téma: „Pokud by maximální úroveň elektrošoku udělovaného v Milgramově studii poslušnosti byla 150 voltů namísto původních 450 voltů, způsobilo by to, že by tento experiment byl etičtější?“

Literatura

(1) Baumeister, R. F., Bushman, B. J. *Social psychology and human nature*. Belmonst: Wadsworth, 2011. 832. Edice, 7. ISBN 978-0-495-60133-3.

(2) Ferjenčík, J. *Úvod do metodologie psychologického výzkumu*. Praha: Portál, 2010. 256. ISBN 978-80-7367-815-9.

(3) Harris, M. B. Mediators between frustration and aggression in a field experiment. *Journal of Experimental Social Psychology*. Amsterdam: Elsevier, 1974, 10(6), 561–571. ISSN 0022-1031.

(4) Hendl, J. *Přehled statistických metod*. Praha: Portál, 2014. 736. ISBN 978-80-262-0981-2.

(5) Hogg, M. A., Vaughan, G. M. *Social psychology*. London: Pearson, 2011. 763. Edice, 6. ISBN 978-0273741145.

(6) Hunt. M. Dějiny psychologie. Praha: Portál, 2015. 708. ISBN 978-80-262-0898-3.

(7) Janoušek, J. a kol. *Metody sociální psychologie*. Praha: SPN, 1986. 256.

(8) Ruback, R. B., Juieng, D. Territorial defense in parking lots: Retaliation against waiting drivers. *Journal of Applied Social Psychology*. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell, 1997, 27, 821–834. ISSN 0021-9029.

(9) Výrost, J., Slaměník, I. *Sociální psychologie*. Praha: Grada, 2008. 416. Edice, 2. ISBN 978-80-247-1428-8.

2 Sociální percepce

Cíl kapitoly

Po nastudování této kapitoly byste měli být schopni:

- *Vyznat se v tom, jak kognitivně zpracováváme sociální informace.*
- *Rozumět tomu, jak si vytváříme dojem o jiných lidech.*
- *Pochopit, jakou úlohu hraje proces kategorizace a společenských schémat.*
- *Umět vysvětlit, jak je sociální percepce ovlivněna předsudky a chybami.*
- *Chápat význam pojmů kognitivní zkratky a heuristika.*
- *Rozumět tomu, jak si lidé vysvětlují své chování a chování druhých.*
- *Znát hlavní teorie atribuce.*
- *Popsat základní atribuční omyly.*

Klíčová slova

Atribuce, heuristika, centrální rysy, kognitivní algebra, implicitní teorie osobnosti, naivní psycholog, okrajové rysy, stereotypy, osobnostní konstrukty.

Průvodce studiem

Nejprve si rychle ji projděte celou kapitolu, abyste získali představu o hlavních tématech. Pozorně si přečtěte souhrn, který je uveden na konci kapitoly. Napadnou vás otázky, na které najdete odpověď po přečtení celé kapitoly. Potom si kapitolu pozorně přečtěte. Při čtení se pokuste nalézt odpověď na otázky, které jste si položili. Pokuste se najít souvislosti mezi probíranou látkou a tím, co již víte. Po přečtení kapitoly se snažte vzpomenout si na hlavní myšlenky. Tento postup vám napomůže odhalit mezery ve vašich vědomostech a pomůže vám uspořádat si informace.

2.1 Úvod do problematiky

Pojem **sociální percepce** se týká způsobu, jakým vnímáme druhé lidi. V užším slova smyslu lze pak hovořit o tzv. **interpersonální percepci**, což je proces, jehož prostřednictvím se lidé dozvídají o emocích, záměrech, touhách, osobnostních dispozicích, rysech a schopnostech druhých lidí (Gilbert a kol., 1998). Fiske a Taylor (1991) uvádějí, že sociální percepce je nedílnou součástí **sociální kognice**, tj. procesu, jehož prostřednictvím lidé uvažují o sobě, o druhých lidech a o sociálních situacích. Sociální kognice vychází z teorie atribuce.

Od padesátých let se mnoho výzkumů v oblasti sociální psychologie věnovalo problematice vytváření dojmu. Většina těchto studií byla prováděna z hlediska

pozorovatele, z toho důvodu do popředí zájmu vstoupily takové věci, jako teorie centrálních rysů, efekt novosti, implicitní teorie osobnosti apod. Méně pozornosti bylo věnováno aktérovi těchto situací, tj. způsobům, kterými se snažíme ovlivnit dojem, který si o nás druzí utvářejí, kam by spadala např. problematika sebeprezentace nebo tzv. impression management (Hogg, Vaughan, 2011).

Od osmdesátých let byly tradiční perspektivy nazírání na sociální percepci nahrazeny sociální kognicí. Hlavní odlišnost lze spatřovat spíše v teoretickém zarámování přístupu než ve smyslu zkoumaných jevů jako takových. Např. formování dojmu začalo být pokládáno spíše za kognitivní proces, protože se bezprostředně týkalo obsahu našich myšlenek, které máme o druhých lidech (Gross, 2010). V pojímání sociální percepce se tak začal více odrážet kognitivní přístup, který se stal jedním z dominantních paradigmat psychologie druhé poloviny dvacátého století. Tento přístup se ve větší míře než na obsah soustředil na nevědomé automatické procesy, které jsou základem našich vědomých dojmů, které si o druhých lidech vytváříme.

2.1.1 Interpersonální percepce

Fiske (2004) uvádí, že když si vytvoříme dojem o druhých lidech, tak se nám zdá, že se tak děje téměř okamžitě, jakoby celý proces probíhal automaticky. Nicméně ve skutečnosti při používáme jakýsi mentální dalekohledy a věci jsou de facto mnohem vzdálenější, než se nám reálně jeví. Veškerá naše zkušenost je zkušeností zprostředkovanou resp. filtrovanou něčím, co pro nedostatek vhodnějších výrazů můžeme nazvat „psychologickým objektivem," skrze který na okolní svět nazíráme. Ačkoliv prožíváme svět v naší mysli tak, jako by se jednalo o jeho přesnou kopii, každý člověk vnímá skutečnost svým unikátním objektivem (Gross, 2010).

Lidí si uvědomují pouze konečný produkt tohoto procesu, kterým je naše konkrétní zkušenost s daným člověkem. Sociální percepce druhého člověka v sobě zahrnuje jak selekci, tak organizaci a inferenci, což konkrétně znamená (Gross, 2010):

- soustředění se na fyzický vzhled nebo na pouhý jeden konkrétní aspekt chování (**selekce**),
- snaha o vytvoření úplného, souvislého dojmu o dané osobě (**organizace**),
- přiřazení charakteristik nějakému člověku, i když pro něco takového neexistují v danou chvíli žádné přímé důkazy, jako je tomu např. u stereotypizace (**inference**).

Lidé se odjakživa snaží „číst" druhé lidi, vysvětlit si jejich chování, případně odhadnout, jak se zachovají. Gahaganová (1984, in Hogg, Vaughan, 2011) definuje interpersonální percepci jako studium toho, jak laik používá teorii a data k pochopení druhých lidí. Tato definice obsahuje tři hlavní aspekty:

1. Lidé vnímají ostatní jako **fyzické objekty** a formují si o nich dojem na základě jejich vzhledu, chování a sociálních kategorií, do kterých je mohou zařadit.

Často je první věcí, které si na druhých všimneme, skutečnost, že mají nějaký vnější výrazný rys (např. oblečení, vlasy, tetování atd.) a lidé se do této míry začnou zabývat touto charakteristikou, že daného jedince redukují pouze na tuto jednu věc. To je obvykle první krok při stereotypizaci, protože obvykle kategorizujeme lidi na základě jejich fyzického vzhledu.

2. Lidé vnímají ostatní jako **psychologické entity**. Vytváří si dojem o osobnosti druhých lidí, o jejich pocitech, motivech, osobnostních rysech (poté, co je již ovšem kategorizovali).
3. Lidé se chovají jako **laičtí psychologové**. Podle Nisbetta a Rosse (1980) se všichni stáváme psychology, když se pokoušíme porozumět ostatním lidem nebo sami sobě, přičemž si vytváříme vlastní intuitivní teorie o lidském chování.

Sociální psychologie byla vždy silně ovlivněna kognitivní perspektivou v psychologii. Lidé jsou myslí organismy, které se nacházejí mezi stimulem a reakcí (Gross, 2010). Termín sociální kognice představuje poměrně nedávný způsob pohledu na to, jak je myšlení zapojeno do našich sociálních interakcí.

2.2 Impression management

Neexistuje snad žádná sociální situace, v níž bychom se nesnažili, ať již vědomě či nevědomě, ovlivnit to, jak nás ostatní vnímají. Tento základní aspekt veškeré sociální interakce se označuje jako tzv. **impression management**, resp. **sebeprezentace** (Baumeister, Bushman, 2011). Turner (1991) vymezuje impression management jako proces prezentace veřejného obrazu sebe sama ostatním. Často se pokoušíme ovlivňovat konkrétní osoby v konkrétních situacích, jako např. při pracovním pohovoru, nebo se snažíme udržet představu, kterou o nás druzí mají apod. Obvykle se snažíme vyvolat v druhých pozitivní obraz sebe sama – tzn., že chceme, aby si o nás druzí lidé vytvořili příznivý dojem.

Goffman (1959) ve své knize „The Presentation of Self in Everyday Life“ provedl podrobnou analýzu sociální interakce. Zjistil, že vytvořit pozitivní dojem vyžaduje správné aranžmá, rekvizity, jako např. způsob oblékání, dovednosti a pochopení toho, co se rozumí tzv. „zákulisím“. Např. osoba, která zajde při svém sebeodhalení příliš daleko, může metaforicky řečeno vynést na světlo něco, co mělo být drženo „v zákulisí,“ a vytvořit tak o sobě nepříznivý dojem. Vytváření dojmu na druhé lidi po nás vyžaduje, abychom se dokázali vžít do druhého člověka, tj. metaforicky řečeno, bychom měli být schopni „obout si cizí boty,“ abychom viděli, jak vypadáme z jejich pohledu druhých lidí a odpovídajícím způsobem přizpůsobit naše chování.

Vlichocování (angl.. ingratation), patří rovněž do prezentace našeho image. Vlichocování používáme tehdy, když potřebujeme dosáhnout sociálního souhlasu v situaci, která je asymetrická. Asymetrie nemusí být pouze formální ve smyslu nadřízenosti, ale asymetrie může být i jen cítěná, např. ve smyslu zamilovanosti. Vždy je zkrátka určitá asymetrie přítomna a nám stojí za to, podnikat kroky pro

získání souhlasu resp. abychom byli přijati osobou, o kterou nám kráčí. Rozeznáváme několik metod vlichocování (Fiske, Taylor, 1991):

1. **Komplimenty** – existuje tzv. přímé lichocení (komplimenty). Skutečně málo lidí totiž odolá pokušení připustit si, že jsou dokonalí, že jsou skvělí, že jsou ještě lepší než ti nejlepší, když je jim to vhodně sdělováno. S komplimenty se však musí opatrně. Vždy je zapotřebí nejdříve přesně odhadnout míru hladu po komplimentech u osoby, o kterou nám kráčí. Důležitým pravidlem lichocení je nepřehltit či „nepřekrmit“ dotyčného lichotkami. V opačném případě se staneme podezřelými. Někteří autoři na základě výzkumů doporučují kombinovat chválu s malými dávkami nepodstatného kriticismu, který je z pohledu lidí, kterým se snažíme zalichotit, nevýznamný.
2. **Konformita v mínění a jednání** – konformita znamená, že přizpůsobujeme své mínění a své jednání cílové skupině, do níž chceme být přijati. Tj. když chce člověk dobře obstát na nějaké firemní nebo podnikové pozici, je třeba, aby patřil do určité skupiny. Těch skupin může být vícero a lze je třeba rozlišit na skupiny, které chodí hrát bridge, skupiny které chodí na golf, nebo skupiny, které chodí na tenis atp. Jedinec má sice možnost výběru, ale musí vědět, s kým být konformní, aby si svou pozici udržel.
3. **Přiměřená sebeprezentace** – když se potřebujeme např. vlichotit někomu do přízně pro získání pracovního místa nebo pro povýšení v práci a tušíme, že tento člověk ví o nějaké naší ne příliš funkční vlastnosti, tak ji nemá smysl obcházet. Má smysl pouze to, že ji vložíme mezi výkvět těch pozitivních vlastností a tím jako kdyby zmenšili její význam. Např. se budeme bavit se šéfem a budeme se ho snažit přivést na myšlenku, že bychom byli dobrým vedoucími oddělení, tak v naší řeči můžeme klidně použít větu typu: „No šéfe, já vím, že se o mně říká, že jsem tvrdý na lidi. Já to chápu, já to beru. Já si na to dávám velký pozor, víte. Ale já jsem dokázal z těch lidí dostat doopravdy výkon. Ale zase nejsem necitlivý, to nikdo o mně nemůže říct.“ Tím začneme působit jako lidé, kteří jsou sebekritičtí, kteří dokážou se svou méně žádoucí vlastností pracovat atd.
4. **Vracení projevů přízně** – platí určitá sociální norma (či očekávání), že pokud někomu něco darujeme, dotyčný člověk nemůže zůstat lhostejný a má potřebu nějakým způsobem naši štědrost vykompenzovat (resp. vyvážit), např. tím že něco příznivého pro nás udělá, co zrovna potřebujeme atp. Pokud to děláme šikovně a jsou mezi námi mistři, kteří dokážou s touto normou pracovat velice dovedně, tak šplháme po pomyslném společenském žebříčku a lidé si o nás myslí, že jsme téměř dokonalí. Myslí si to především ti, co nás vidí shora. Ti, co nás vidí zdola, někdy vidí to, co shora vidět není.

Obvykle usilujeme o to, abychom byli druhými lidmi hodnoceni pozitivně. Být kladně viděn druhými je přece jen nezbytným předpokladem pro dosažení mnoho žádoucích životních cílů, jako je přátelství, respekt, dobrá práce apod. Přesto však si lidé občas věří, že udělají nejlépe pro udržení pozitivního image tím, že budou o sobě vytvářet nežádoucí dojem, který povede k negativnímu hodnocení druhými lidmi. Např. můžeme chránit naše sebevědomí před anticipovaným neúspěchem

tím, že začneme praktikovat chování, které bude klást nepřekonatelné překážky na naší cestě k úspěchu. Když se pak nevyhnutelné selhání objeví, máme pro něj omluvu (Leary, 2004, in Gross, 2010). Zajímavé jsou z tohoto hlediska tzv. **sebebrzdící strategie** (angl.. self-handicaping strategies). Jde o paradoxní projevy člověka, které jeho schopnosti nevyvyšují, ale naopak je jako kdyby snižují. Sebebrzdící strategie se používají často před úkolovou situací.

2.3 Zkreslení při utváření dojmu

2.3.1 Aschův konfigurační model

Podle Aschova (1946) **konfiguračního modelu** se při vytváření prvního dojmu o lidech uplatňují informace, které označil jako **centrální rysy**, jež mají neúměrně velký vliv na konečný dojem. Jiné informace, nazvané **periferní rysy**, mají mnohem menší vliv. Centrální a periferní rysy více či méně korelují s jinými rysy, a proto jsou v různé míře užitečné při vytváření konečného dojmu o dané osobě. Centrální rysy tedy ovlivňují význam jiných osobnostních rysů a vztah mezi nimi, a jsou tak odpovědné za konfiguraci rysů ve výsledném dojmu.

K ověření této myšlenky nechal Asch číst studenty vždy jeden ze dvou seznamů přídavnými jmény popisujícími hypotetickou osobu. Seznamy se lišily jen nepatrně, jeden obsahoval slovo vřelý a druhé slovo chladný. Účastníci pak hodnotili cílovou osobu na pomocí řady dalších bipolárních dimenzí, jako jsou štědrý/lakotný, šťastný/nešťastný, spolehlivý/nespolehlivý. Asch zjistil, že účastníci, kteří byli vystaveni seznamu obsahujícímu slovo vřelý, si vytvořili mnohem příznivější dojem o cílové osobě než ti, kteří byli vystaveni seznamu, který obsahoval slovo chladný. Když se slova vřelý a chladný nahradila slova zdvořilým a neomalený, rozdíl v dojmu byl mnohem méně výrazný. Asch z toho usoudil, že adjektiva vřelý/chladný jsou tzv. centrálními rysy, které mají větší vliv na tvorbu dojmu než na zdvořilý/neomalený, což by byla dimenze periferního rysu.

2.3.2 Efekt prvního dojmu a efekt novosti

Pořadí, ve kterém jsou nám informace o určitém člověku prezentovány, může mít výrazný vliv na dojem, který si o daném člověku utvoříme. Asch (1946) ve svém experimentu použil pro popis hypotetické osoby šest znaků. Polovině účastníků experimentu byla osoba popsána jako inteligentní, pracovitá, impulzivní, kritická, tvrdohlavá, závistivá (tj. jako první byly prezentovány pozitivní znaky a jako poslední negativní znaky). U druhé skupiny účastníků bylo pořadí obráceno. Asch (1946) dospěl na základě výsledků své studie k závěru, že existuje jev, pro který zvolil označení **efekt prvního dojmu** (angl.. **primacy efect**), kdy vlastnosti uvedené jako první měly vliv na konečný dojem, tudíž osoba byla hodnocena příznivěji, pokud byly nejdříve předloženy pozitivní informace o této osobě, než když byly nejprve předloženy negativní informace.

Může se setkat také s tzv. **efektem novosti** (angl.. **recency efect**), kdy později podané informace mají na utváření dojmu větší dopad než dříve zjištěné informace. Může k tomu dojít např. v situaci, kdy jsme rozptýleni nebo když máme malou motivaci se někomu věnovat. Nicméně efekt prvního dojmu se vyskytuje mnohem častěji, z čehož plyne i vcelku jasný důsledek, a sice, na prvním dojmu skutečně záleží. Lidé věnují více pozornosti informacím prezentovaným zkraje, když si o někom snaží vytvořit dojem. Po vytvoření počátečního dojmu již dalším informacím věnují menší pozornost. Podobné je i Aschovo (1946) vysvětlení, že je to právě první trs informací (centrální rysy), který ovlivňuje význam později získaných informací, což je plně v souladu s předchozím tvrzením. Např. pokud zpočátku zjistíte, že někdo je odvážný a upřímný a později se dozvíte, že je také nerozhodný, spíše to budete považovat za projev „otevřenosti různým názorům," než že by byl „mouchy snězte si mě."

2.3.3 Pozitivní a negativní informace

Lidská přirozenost je taková, že pokud neexistují informace o opaku, tak lidé mají tendenci vytvářet si o ostatních spíše pozitivní dojem. Pokud však o nějakém člověku existují negativní informace, přitáhnou tyto informace naši pozornost a začneme jim přikládat nepřiměřeně velký význam (Hogg, Vaughan, 2011). Jakmile si o někom utvoříme negativní dojem, je mnohem obtížnější tento dojem změnit ve světle pozdějších informací. A naopak, pokud si o někom vytvoříme pozitivní dojem, stačí jedna negativní informace k tomu, bychom náš dosavadní dojem o daném člověku rychle přehodnotili. Podle Baumeistera a Bushmana (2011) jsme na negativní informace citliví ze dvou hlavních důvodů:

- Negativní informace jsou neobvyklé a výrazně se liší od jiných informací a je obecně známo, že neobvyklé, výrazné nebo extrémní informace přitahují naši pozornost.
- Negativní informace znamenají potenciální nebezpečí, jehož detekce má vysokou evoluční hodnotu, pokud jde o přežití jednotlivce nebo druh.

2.3.4 Implicitní teorie osobnosti

Podle Kellyho (1955) si lidé vytvářejí své vlastní způsoby charakterizace ostatních lidí. Tyto **osobní konstrukty**, jak Kelly (1955) tyto způsoby charakterizace nazval, jsou velmi jednoduché a často se jedná o bipolárních dimenze. Pro někoho může být např. to, jak drsně se někdo chová, tím nejdůležitějším principem pro vytváření si dojmu o lidech, zatímco někdo jiný může zase upřednostňovat smysl pro humor apod. Každý člověk tedy disponuje odlišnou sadou osobních konstruktů, což vede k tomu, že různí lidé si takto vytvoří o jedné a téže osobě často naprosto protichůdné dojmy. Osobní konstrukty se v průběhu času vyvíjejí v adaptivní formy našeho vnímání druhých lidí a jsou z toho důvodu vysoce odolné vůči změnám.

Podle Sedikidese a Andersona (1994) mají všichni lidé výraznou tendenci rozvíjet své vlastní **implicitní teorie osobnosti**, resp. vyvinout si jakousi **filozofii lidské povahy**,

jak uvádí Wrightsman (1964). V obou případech se jedná se o obecné principy, které se týkají konkrétních vlastností tradičně spojovaných s určitým typem osobnosti. Např. Rosenberg a Sedlak (1972) zjistili, že lidé mají tendenci předpokládat, že když je někdo inteligentní, tak je také automaticky přátelský a není egocentrický. Implicitní teorie osobnosti jsou v rámci kultury široce sdíleny, ale napříč mezi kulturami se výrazně liší. Podobně jako osobní konstrukty jsou odolné vůči změnám a mohou být založeny na osobních zkušenostech. Implicitní teorie osobnosti nám umožňují odvodit, jací jsou lidé, byť o nich máme jen velmi omezené informace.

2.3.5 Fyzický vzhled

Ačkoliv známé přísloví praví: „Nesuď knihu podle obalu.“, tak výzkumy zřetelně naznačují, že tomu zdaleka tak není, pokud jde o utváření si dojmu o jiném člověku. Fyzický vzhlede je často první informací o jedinci, kterou máme k dispozici, a má tudíž velmi velký vliv na formování prvního dojmu. Zebrowitz a Collins (1997) ve své studii odhalili, že dojem založený na fyzickém vzhledu člověka je až překvapivě přesný. Jedním z nejdůležitějších rozhodnutí, založeným na vzhledu jedince, je to, zda je pro nás někdo fyzicky atraktivní nebo ne. Výzkumy potvrzují, že máme tendenci předpokládat, že fyzicky přitažliví lidé jsou dobří (viz např. Dion, Berscheid, Walster, 1972).

Fyzická přitažlivost má výrazný dopad nejen na romantické vztahy, ale může mít vliv také na kariéru. V USA jsou např. muži vyššího vzrůstu obecně považováni za atraktivnější, než muži menšího vzrůstu. Knapp (1978) zjistil, že muži vyšší než 1,88 m dostávali o 10 % vyšší nástupní plat než muži s výškou menší než 1,83 m. V jiné studii Heilman a Stopeck (1985) prokázali, že atraktivní manažeři (jednalo se o muže) byli považováni za schopnější než méně atraktivní manažeři, ačkoliv objektivně v jejich pracovní výkonnosti mezi nimi žádný rozdíl nebyl. Naproti tomu atraktivní ženy na vedoucích postech bývají často považovány za méně schopné než jejich méně atraktivní kolegyně, jelikož panuje obecný předpoklad, že atraktivní ženy dosáhly této pozice jen díky svému vzhledu a nikoliv kvůli svým schopnostem.

2.3.6 Stereotypy

Stereotypy lze považovat určitý případ implicitních teorií osobnosti, které se však v tomto případě týkají celé sociální skupiny. Termín **stereotyp** začal jako první užívat Lippman (1922, in Hogg, Vaughan, 2011), který si jej představoval jako jakési „představy“ v našich myslích, konkrétně mluvil o stereotypech jako o selektivním, sebenaplňujícím se, etnocentrickým, omezeným a neadekvátním způsobu reprezentace světa. Fiske (2004) mluví o stereotypech jako o kognitivním očekávání a asociacích jednotlivce vůči určité skupině. Stereotypy jako takové pak představují jeden specifický druh schématu. Hogg a Vaughan (2011) chápou stereotypy jako široce sdílená očekávání týkající se osobnosti, postojů a chování lidí, které jsou založeny na jejich přináležitosti k různým skupinám, např. národnost, pohlaví, sociální třída atd.

Proces stereotypizace zahrnuje následující kroky (Hogg, Vaughan, 2011):

1. Přiřadíme někoho ke konkrétní skupině (třeba na základě fyzického vzhledu).
2. Do hry vstoupí naše přesvědčení, že všichni členové této skupiny sdílí určité charakteristiky (stereotyp).
3. Dospějeme k závěru, že tento jedinec musí mít také tyto vlastnosti.

Jednu z prvních studií tohoto druhu uskutečnili Katz a Braly (1933, in Hogg, Vaughan, 2011). Sto studentům Princetonské univerzity byl předložen seznam etnických skupin (Američané, Židé, Černoši, Turci, Němci, Číňané, Irové, Angličani, Italové a Japonci) a 84 adjektiv popisujících osobnost. Pro každou etnickou skupinu měli z tohoto seznamu vybrat pět nebo šest rysů, které jsou pro ni typické. Cílem studie bylo zjistit, zda tradiční sociální stereotypy sdílí také studenti Princetonské univerzity. Byla zjištěna velká shoda se stereotypními představami, zejména pokud šlo o negativní rysy. Protože většina studentů neměla osobní kontakt s členy etnických skupin, které posuzovali, autoři studie své zjištění vysvětlili tím, že studenti tyto stereotypy patrně přejali z médií.

Psychologové po dlouhou dobu považovali stereotypy za nebezpečný, ba přímo patologický jev. Výzkum stereotypů, který začal revoluční studií Katze a Bralyho, měl za úkol zejména identifikovat souvislosti mezi stereotypy a předsudky. Stereotypy jsou podle obou autorů veřejnými fikcemi vyvěrajícími z předsudků, které nemají téměř žádný základ ve skutečnosti, takže by měly postupně samy od sebe zcela vymizet jako společensky nepřijatelné. Nicméně podle Allporta (1954) však v sobě většina stereotypů obsahuje vždy určité „zrnko pravdy“ a Lippman v této souvislosti upozornil na skutečnost, že kategorizace, která je nedílnou součástí procesu stereotypizace, představuje základní aspekt lidského myšlení. Podle Allport (1954) je stereotypizace normální, protože lidská mysl zpracovává ohromné množství informací právě tím, že je zařazuje do kategorií, nicméně podotýká, že předsudky jsou obvykle omezeny dvě extrémně zjednodušené dichotomie (buď a nebo). Také Asch (1952) razantně odmítl názor, že stereotypizace je důsledkem chybného zpracování informací, poněvadž ve velkém počtu situací, do kterých se dennodenně dostáváme, je naše chování ovlivněno skupinami, k nimž přináležíme.

Tzn., nahlížení na lidi coby příslušníky určitých skupin (stereotypizace) lze chápat jako důležitý způsob reprezentace sociální reality. Sherif (1966) se také svými argumenty postavil za názor, že stereotypy nejsou samy o sobě špatné, protože slouží k tomu, aby odrážely realitu vztahů mezi skupinami. Místo toho, abychom se ptali, zda jsou stereotypy objektivně pravdivé, je třeba chápat roli, kterou hrají, ve vztazích mezi různými skupinami. Navíc jsou stereotypy velmi flexibilní, protože změny ve vztahu mezi skupinami působí rovněž změny v stereotypech o těchto skupinách. Tajfel (1969) pojímal stereotypy jako produkt normálních kognitivních procesů společný všem lidem. Jedná se podle něj o zvláštní případ kategorizace, který zahrnuje zveličování podobnosti uvnitř skupin a rozdíly mezi skupinami. Jedním z důsledků těchto a podobných myšlenek byl přesun výzkumníkům od studia obsahu stereotypů ke studiu procesu stereotypizace.

2.4 Sociální kognice

Zpopularizování termínu sociální kognice přineslo v 70. letech 20. století zásadní zlom ve způsobu, jakým sociální psychologové nahlížejí na lidi. Výzkumníci si začali uvědomovat, že není možné pochopit chování lidí, aniž by zkoumali, jakým způsobem přemýšlejí a cítí. Z toho důvodu začali své výzkumy a studie více orientovat na myšlenky lidí a jejich pocity.

Mezi prvními duševními procesy, na které se sociální psychologové zaměřili, byli postoje a snaho o udržení konzistence postojů. Vznik teorie atribuce v 60. a 70. letech minulého století byl jednou z nejdůležitějších událostí ve studii myšlení, k němuž na poli sociální psychologii došlo. Teorie atribuce se snaží vysvětlit způsob, jakým lidé interpretují příčiny chování druhých lidí, zda je jejich chování způsobeno vnější okolnostmi nebo spíše osobnostními rysy. V 80. letech 20. století došlo k výraznému rozšíření chápání pojmu sociální kognice, kdy tento termín prakticky pokrýval jakékoliv myšlení lidí o jiných lidech nebo o společenských vztazích (Fiske, Taylor, 1991).

Sociální psychologové se usilovně zabývají tím, jak lidé smýšlí o druhých lidech z jednoho prostého důvodu. Lidé totiž myslí na jiné lidi častěji než na jakákoliv jiná témata (Fiske, Taylor, 1991). Když se např. budete dívat na televizi, tak po krátké době jejího sledování zjistíte, že většina zpráv je o lidech a o jejich činech. Fakt, že lidé hodně přemýšlejí o druhých lidech, koresponduje s mnoha již známými a prokázanými fakty. Vědci tvrdí, že lidský mozek se vyvinul k řešení problémů spjatých s prostředím, jako je výroba nástrojů, nalezení přístřeší a získávání potravy. Lidé však ve skutečnosti tráví uvažováním o těchto věcech jen relativně málo času a spíše používají svůj mozek k přemýšlení o sobě a dalších lidech, což znamená, že lidé se v průběhu evoluce vyvinuli tak, aby spoléhali, pokud jde o informace a pomoc, jeden na druhého. Lidská mysl jedinci umožňuje začlenit se do společnosti, tzn., že její primární úlohou je zabývat se druhými lidmi. Většina lidí získává potravu interakcí s ostatními lidmi, a z toho důvodu jsou lidské mozky navrženy tak, aby přemýšlely o druhých lidech.

Člověk chce být přirozeně součástí sociálních skupin a začlenit se do mezilidských vztahů, což vyžaduje velké úsilí. Nutně se tudíž potřebujeme dozvědět hodně věcí o jiných lidech, abychom jimi byli akceptováni. Intenzita, s jakou přemýšlíme o jiných lidech, ukazuje, že naše myšlení plní především interpersonální funkci. Evoluce nám dala do vínku výkonný mozek, který dokáže pracovat se složitými myšlenkami, a tento mozek nám pomáhá navazovat vztahy s ostatními lidmi.

Lidé disponují lepším myšlením než jakýkoli jiné zvířecí druhy. Ačkoliv některá zvířata mají větší mozek kvůli velikosti svého těla, tak velká část jejich mozkové hmoty se stará o motorické funkce. Pokud však porovnáme velikost mozkové kůry, tj. té části mozku, která je zodpovědná za vyšší kognitivní funkce – jako je myšlení – k velikosti těla, jsou lidé na vrcholu takovéhoto seznamu.

Výzkumníci zjistili, že navzdory této ohromné mozkové kapacitě, kterou je člověk vybaven, vše zatím nasvědčuje tomu, jakoby lidé byli doslova „líní“ přemýšlet. Sociální psychologové používají pro vyjádření neochoty lidí myslet poměrně výstižný termín **kognitivní lakomec** (v angl.. cognitive miser) (Fiske, Taylor, 1991). Stejně tak, jako se nemajetný člověk snaží vyhnout výdajům, snaží se kognitivní lakomec vyhnout přílišnému přemýšlení. Nelze to nicméně chápat tak, že by lidé byli líní. Přemýšlení vyžaduje úsilí. Lidská schopnost přemýšlet je limitována, takže lidé musí s myšlením účelně hospodařit. Je-li lidská kapacity pro myšlení přetížena, začnou lidé uvažovat zkratkovitě, aby se snížila náročnost myšlení a tím i míra spotřebované energie (Hogg, Vaughan, 2011).

Lidé nejvíce přemýšlí o věcech, které jsou pro ně něčím zajímavé nebo důležité. Proces myšlení není stejně obtížný. Podle teorie duplexní mysli vyžaduje vědomé myšlení mnohem více úsilí než automatické myšlení. Lidé stejně jako jiné organismy dávají přednost tomu, aby vynakládali co možná nejméně energie, z toho důvodu upřednostňují automatický způsob myšlení, kdekoliv je to možné. Automatické myšlení však není moc dobré tam, kde je např. zapotřebí logické uvažování. Automatická mysl si totiž vytváří různé „zkratky,“ které vedou pouze k hrubým odhadům, nikoliv přesné odpovědi.

Bohužel není znám žádný test, který by odhalil, zda je nějaká myšlenka automatická. Celá věc je navíc komplikována tím, že existuje hned několik kritérií automatické mysli. Bohužel tato roztříštěnost činí samotnou definici automatických kognitivních procesů komplikovanou, jelikož některé myšlenky nebo reakce mohou jedno kritérium splňovat, ostatní však nikoliv. Většina jevů je kormě toho velmi složitá a je lépe o nich uvažovat v rámci určitého kontinua, než jako o černobílých kategoriích.

Hogg a Vaughan (2011) uvádějí pět faktorů, kterými se odlišují automatické procesy od procesů volních:

- **Uvědomění** – automatické myšlení si lidé ani neuvědomují (např. jízda na kole;
- **Záměr** – automatické myšlení není vedeno záměrem, nicméně automatické myšlení může narušit volní myšlení;
- na vaše myšlení
- **Kontrola** – automatické myšlení nepodléhá volní kontrole, takže může být pro člověka obtížné nebo dokonce nemožné, vyhnout se určitým myšlenkám;
- **Úsilí** – automatické myšlení nevyžaduje vynaložení žádného úsilí, zatímco volní myšlení se často pojí s mentálním vypětím, které může vyústit až v pocit únavy.
- **Efektivita** – automatické myšlení je vysoce efektivní, na rozdíl od volního myšlení, které je často pomalé a těžkopádné.

Automatické myšlení nás stojí jen málo úsilí, protože je založeno na tzv. **znalostních strukturách**. Znalostní struktury jsou shluky informací, uložené v naší paměti. Tyto

znalostní struktury tvoří, když se často v naší mysli aktivují související koncepty. Současně s tím se v paměti aktivují související koncepty. Časem, jak jsou tyto koncepty často aktivovány spolu, se tato sada souvisejících konceptů tak silně propojí, že aktivace jedné části této sady vede automaticky k aktivaci celého komplexu (znalostní struktury). Jakmile jsou tyto znalostní struktury aktivovány, naše myls „běží na autopilota“ a výsledkem je automatické myšlení (Hogg, Vaughan, 2011).

2.4.1 Heuristika

Lidé jsou ve svém životě neustále nuceni činit nejrůznější soudy a závěry o událostech, které mnohdy do značné míry ovlivní jejich další život, aniž by však měli dostatek informací. Záměrné myšlení je zdlouhavé a vyžaduje značné úsilí, z toho důvodu – a je-li to jen trochu možné – dává většina lidí přednost automatickému zpracování informací. Nutno podotknout, že tento automatický systém pracuje sice velmi rychle a efektivně, nicméně aby byl takto rychlý a efektivní, tak neprovádí všechny složité myšlenkové operace, které jsou nutné pro sofistikované rozhodování, místo toho spoléhá na zkratky. Jsou to mentální „klávesové zkratky“ jinak též označované jako heuristika, poskytující rychlé odhady (i když někdy nepřesné). Heuristika značně zjednodušuje náš život a obvykle vede ke správným rozhodnutím, i když se někdy nevyhne chybám. Výzkum heuristiky, zaměřený na to, jak se lidé rozhodují za nejistých okolností, který realizoval D. Kahneman, dokonce v roce 2002 obdržel Nobelovu cenu za ekonomii. Ačkoli lidé používají hned několik heuristických postupů, nejčastěji jsou to následující čtyři (Fiske, 2004):

a) reprezentativnost,
b) dostupnost,
c) simulace,
d) ukotvení a seřízení.

2.4.2 Chyby a omyly v myšlení

Lidská mysl je považována za duplexní a má dva hlavní systémy: automatický systém a volní systém. Automatický systém pomáhá lidem vyrovnat se s informačním přetížením. Úkolem automatického systému je rychlé, relativně přesné rozhodnutí, zatímco volní systém funguje pomaleji a důkladněji a dospívá k přesnějšímu rozhodnutí. Protože většina lidí šetří energií a vynakládá jen malé úsilí na duševní činnost, je povětšinu života odkázána a automatický systém. Automatický systém používá v myšlení různé zkratky, heuristiku. I když je automatický systém velmi dobrý a pomáhá lidem činit rychlá rozhodnutí, není příliš dobrý pro složitá socio-ekonomicko-politická rozhodnutí, protož je náchylný k několika druhům kognitivních chyb.

Lidé obecně mají přístup ke dvěma typům informací:

a) statistické informace od velkého počtu lidí,

b) informace o historii případů od malého počet osob.

Přestože by lidé dělali mnohem lepší rozhodnutí, pokud věnovali nejvyšší pozornost statistickým informacím, obecně platí, že věnují nejvíce pozornosti informacím o historii případu. Např. při nákupu nějakého výrobku jsou lidé více ovlivněni tím, co o tomto výrobku říká několik jejich známých (tj. historie případů), než tím, co říkají stovky či tisíce lidí o daném výrobku např. v recenzích na Internetu (statistické informace).

Většina odborníků souhlasí s tím, že logické uvažování je nejlepší způsob, pokud jsou k dispozici dostatečné a jasné informace. Ale obvykle tomu tak není. Otázkou pak je, zda je rozumné provádět složité logické myšlenkové operace s dostupnými, ale neúplnými informacemi, nebo se raději spoléhat na heuristiku. Nyní si uvedeme některé kognitivní omyly tak, jak je uvádějí (Baumeister, Bushman, 2011):

Konfirmační zkreslení

Konfirmační zkreslení (angl.. confirmation bias) znamená tendenci vyhledávat informace, které potvrzují naše přesvědčení a ignorovat informace, které mu odporují. Filozof Francis Bacon kdysi řekl: „Je to zvláštní a trvalá chyba lidského chápání, aby bylo více přitahováno a nadšeno pozitivními než než negativy. " Víru v paranormální jevy, jako je třeba telepatie, lze vysvětlit

právě konfirmačním zkreslením. Toto zkreslení se neomezuje pouze na nadpřirozené jevy, ale zahrnuje širokou škálu věcí. Abychom se dozvěděli pravdu, měli bychom věnovat stejnou pozornost jak důkazům pro tak důkazům proti. Tendence věnovat větší pozornost potvrzujícím důkazům než důkazům odporujícím je považována pro lidské myšlení za typickou, což může často vést k chybě.

Pokud se snažíme potvrdit náš pohled na věc, je přirozené, že hledáme důkazy, které nám pomou, a nikoliv důkazy, naše tvrzení budou sabotovat. Ukazuje se, že lidé jsou velmi dobří při hledání důkazů proti něčemu, když se musí s někým hádat. Např. lidé, kteří nevěří v astrologii, mohou přijít na spoustu důvodů, proč astrologie nefunguje. Konfirmační zkreslení tak nemusí být nutně chybou v lidském myšlení, ale jde o standardní vzorec myšlení, který pomáhá lidem argumentovat a přesvědčovat druhé.

Iluzorní korealce

Iluzorní korelace (angl.. illusory correlations) znamená, že lidé mají tendenci nadhodnocovat vzájemné propojení mezi proměnnými, které jsou ve skutečnosti jen mírně nebo vůbec spolu provázány. Lidé např. nadhodnocují frekvenci nežádoucího chování členů menšinových skupin. Je to z toho důvodu, že menšinové skupiny a nežádoucí chování jsou relativně vzácné a lidé jsou citliví na vzácné události, takže výskyt dvou vzácných událostí dohromady je pak obzvláště patrný.

Na iluzorní korelaci bylo provedeno mnoho experimentů. Účastníci jednoho takového experimentu např. četli řadu vět popisujících žádoucí nebo nežádoucí chování příslušné osoby, která buď patřila do skupiny A nebo B. Celkově dvě třetiny chování byly žádoucí pro obě skupiny a dvě třetiny zahrnovaly členy skupiny A (většinová společnost). Účastníci pak odhadovali počet žádoucího a nežádoucího chování členů každé skupiny. Poměr žádoucího k nežádoucímu chování byl pro obě skupiny stejný, takže by teoreticky měly být i stejné odhady pro obě skupiny, ale nebyly. Účastníci nadhodnocovali počet nežádoucích chování členů skupiny B (menšina).

Iluzorní korelace se může objevit i po expozici pouze jedinému neobvyklému chování člena neznámé skupiny. Masová média přispívají k těmto iluzorním vztahům. Např. pokud schizofrenik ubodá jinou osobu, média začnou vyvolávat představu, že existuje vztah mezi schizofrenií a vraždou. Vraždy spáchané duševně nemocnými jsou však ve skutečnosti poměrně vzácné. Média tak přispívají k iluzi vzájemného vztahu mezi duševní nemocí a násilným chováním.

Omyl základní četnosti

Omyl základní četnosti (angl.. base rate fallacy) je tendence ignorovat nebo nepoužívat obecné informace o dané věci a místo toho dát přednost charakteristickým rysům konkrétního případu. Mnoho kognitivních chyb je výsledkem toho, že lidé nevěnují pozornost základním, potažmo obecným informacím. Zvažte následující příklad: Město má dvě nemocnice. Ve větší nemocnici se rodí asi 45 dětí každý den, v menší nemocnici se každý den narodí asi 15 dětí. V každém roce každá nemocnice zaznamenala počet dnů, ve kterých tvořili více než 60% narozených dětí chlapci. Která nemocnice zaznamenala více takovýchto dní?

a) velká nemocnice
b) malá nemocnice
c) asi stejný počet dnů

Většina lidí odpovídá (c). Lidé totiž neberou v potaz skutečnost, že variabilita vzorku klesá s tím, jak velikost vzorku se zvyšuje. Je to podobné, jako když si např. 10krát hodíte mincí a z toho vám padne 6krát hlav, oproti tomu, když si hodíte 1000krát mincí a padne vám z toho 600krát hlava. Stále máte mnohem větší pravděpodobnost, vám padne 6 hlav v 10 hodech, než 600 hlav v 1000 hodech. Např. turnaje, které eliminují týmy po jediné prohře, dávají slabým týmům lepší šanci na výhru, ve srovnání s turnaji, ve kterých je každé kolo sérií her. V jedné hře může být slabší tým náhodou vyhrát, ale v několika po sobě jdoucích hrách bude lepší tým mít tendenci vyhrávat častěji.

Základní hráčský omyl a zkreslení horké ruky

Předpokládejme, že si několikrát po sobě hodíte mincí a padne vám 9 hlav v řadě. Jaká událost bude v následujícím hodu nejpravděpodobnější?

a) hlava,
b) orel,
c) hlava i orel jsou stejně pravděpodobné.

Zkreslení horké ruky (angl.. hot hand fallacy) předpovídá, že lidé uvedou (a), protože si myslí, že mají šťastnou sérii a jejich štěstí bude pokračovat. Naopak základní hráčský omyl (angl.. gambler's fallacy) zase znamená, že lidé uvedou (b), protože si myslí, že jejich štěstí vyprchá a padne orel. Tyto předsudky mohou pocházet ze stejného zdroje – z tzv. reprezentativní heuristicky. Správnou odpovědí je (c). Pokud se lidé nad tím zamyslí, zjistí, že pana i orel jsou stejně pravděpodobné v jakémkoli hodu. Zcela jistě lze souhlasit s tím, že výsledek každého hodu je nezávislý na výsledku předchozího hodu. Jedná se o chyby, kdy člověk nevychází z předpokladu, že každý hod mincí je opravdu náhodný a nezávislý na předchozích hodech.

Klamný (falešný) konsensus

Lidé mají tendenci přeceňovat počet lidí, kteří sdílejí jejich názory, postoje, hodnoty a víru. Tato tendence se nazývá falešný konsenzus (angl.. false consensus effect). V jedné studii byli studenti požádáni, zda by byli chodit po areálu univerzity a nosit na sobě nápis „Jezte se u Joea." Později se jich ptali, kolik dalších lidí si myslí, že by bylo ochotno nosit také na sobě tento nápis. Ti, kteří souhlasili, že budou na sobě nápis nosit, se domnívali, že dalších 62 % lidí bude také souhlasit s tím, aby na sobě nápis nosilo. Ti, kteří odmítli, odhadovali, že jen 33 % ostatních lidí bude tento nápis nosit. Samozřejmě

Ob skupiny měli tendenci přeceňovat podíl lidí, kteří budou reagovat stejným způsobem jako oni sami. Jedno možné vysvětlení falešného konsensu je, že když jsou lidé požádáni, aby odhadli, jaké druzí lidé zachovají, používají informace, které jsou jim snadno dostupné – tj. informace o sobě a známých. Protože lidé mají tendenci sdružovat se s podobnými lidmi, mohou tyto informace vést k nadhodnocení procenta lidí, kteří jsou nám podobní. Dalším vysvětlením je, že lidé chtějí věřit, že jejich názory a činy jsou správné, takže předpokládají, že ostatní s nimi budou souhlasit. Ještě další vysvětlení je, že lidé používají svou vlastní reakci jako „kotvu" a svůj odhad upravují jej a obvykle mají tendenci zůstat při odhadování reakcí druhých lidí blízko této kotvě.

2.5 Teorie atribuce

Atribuce je důležitým aspektem sociální percepce. Dojem, který si vytváříme o druhých lidech je založen zejména na tom, jak se chovají a na situaci, v níž se toto chování objevuje. To, jak pohlížíme na něčí chování má velký vliv na to, jaký si o dotyčném učiníme dojem. Často si přitom klademe otázku, zda má jeho chování co dělat s tím, jaký je (vnitřní příčina), nebo je spíše důsledkem situace, v níž se ocitl (vnější příčina). Jinými slovy lze říct, že motivace, stručně a nepřesně řečeno, je příčinou našeho chování a atribuce je vnější interpretací této příčiny. Atribuovat znamená přisuzovat příčinu (Gross, 2010). Když pozorujeme, jak se druzí lidé

chovají, nemáme téměř nikdy dostatek informací k tomu, abychom přesně porozuměli motivaci jejich chování, ale přesto hledáme nějaké vysvětlení toho, proč se chovají tak, jak se zrovna chovají, hledáme nějaké zdůvodnění. Atribuční teorie se pokoušejí najít odpověď na otázku, jak si lidé vysvětlují příčiny svého vlastního chování a chování druhých lidí. Atribuční teorie zkoumají vnímání kauzality a důsledky tohoto vnímání. Exaktně řečeno, teorie atribuce se pokoušejí najít obecné principy, na jejichž základě selektujeme informace, které k nám přicházejí, abychom nalezli kauzální vysvětlení pro pozorované chování (Hayesová, 2011).

2.5.1 Heiderova psychologie „zdravého rozumu“

Prvním, kdo se začal systematicky zabývat atribučním procesem, tj. otázkou, jakým způsobem si činíme závěry o vnitřních nebo situačních kauzálních příčinách pozorovaného chování, byl Heider. Heider a Simmel (1944) prokázali ve své slavné studii silnou tendenci lidí, vysvětlovat si chování druhých na základě intencí. Heider (1958) tvrdil, že pokud chceme porozumět tomu, jak lidé vnímají sociální svět kolem sebe, měli bychom se především ptát na to, jak lidé obvykle přemýšlejí o tom, co se kolem nich děje a jaký smysl tomuto dění přikládají. Dále bychom se měli zajímat o to, jaký účel lidé přikládají vlastnímu chování a chování druhých lidí. F. Heider dokonce v takové mírné nadsázce řekl, že lidé se pokoušejí být jakýmisi laickými psychology v tom, jak interpretují příčiny a důvody chování druhých lidí. Heider (1958) odlišil dva hlavní principy atribuce:

1. Osobnostní (dispoziční, vnitřní) faktory, kam patří např. schopnosti, snaha atd.
2. Situační (environmentální, vnější) faktory.

Na základě jednoho nebo druhého z těchto dvou obecných principů pak atribuujeme příčiny chování druhých lidí i svého. Přestože F. Heider nevytvořil vlastní teorii atribuce, podnítil řadu dalších vědců, kteří se začali o tuto problematiku zajímat.

2.5.2 Kovarianční model

Kelley (1967) přišel s kovariančním modelem atribucí, kterým se pokoušel vysvětlit, jakým způsobem si vysvětlujeme kauzální souvislosti v situacích, kdy máme určité informace o tom, jak se aktér obvykle chová a jak se lidé většinou v podobné situaci zachovají. My většinou nemáme samozřejmě dostatek informací, ale dle Kelleyeho zase není situace až tak jednoduchá, jak předpokládal Heider (1958). Kelley (1967) se domníval, že při hledání příčin pozorovaného chování hledáme:

1. **Konsensus** – míru shody chování aktéra, kterého pozorujeme a chováním jiných lidí v téže či podobné situaci;
2. **Konzistenci** – míra shody v chování daného člověka v různých situacích;
3. **Distinktivnost** – míra shody v chování daného člověka v podobných situacích.

Na základě posouzení výše zmíněných faktorů se poté rozhodujeme, zda příčinu chování budeme vidět spíše jako dispozičně nebo spíše jako situačně podmíněnou.

Tabulka 1 Kovarianční model atribuce (převzato z Gross, 2010)

Konsenzus	Distinktivnost	Konzistence	Příčina
nízký	nízká	vysoká	osobní (dispoziční, vnitřní)
nízký	vysoká	nízká	situační (vnější)
vysoký	vysoká	vysoká	podnět/cíl (vnější)

Např. vysoký konsensus, vyjadřující míru shody mezi chováním aktéra, kterého pozorujeme s chováním jiných lidí, znamená situační příčinu. Vysoká konzistence, tj. shoda chování v různých situacích u téhož člověka, znamená dispoziční (osobní) příčinu a nízká konzistence znamená situační příčinu. Naše průběžné odhadování druhých lidí má za následek to, že z toho, jak si interpretujeme jejich chování, je poznáváme a vytváříme si o nich dojem. Jde o to, zda budeme mít tendenci přisuzovat jejich chování tomu, že oni jsou zkrátka takoví, anebo že za to nemůžou, že jsou v tom nevině, protože je k tomu situace donutila.

2.5.3 Atribuce příčiny v úkolové situaci

Úkolovou situací může být všechno možné. Úkolovou situací může být např. inteligenční test, kdy je naším úkolem v omezeném časovém rozmezí tento test vyplnit. Můžeme dopředu zjišťovat naši aspiraci, jak odhadujeme míru své úspěšnosti. Jsou lidé, kteří si hodně věří, a jsou lidé, kteří si málo věří. Když si myslíme, že bychom měli uspět a najednou neuspějeme, tak si své selhání musíme nějakým způsobem vysvětlit, odpovědět si na otázku proč se to stalo. Pokud někdo, o kterém víme, že oproti nám není nic moc, uspěje a my neuspějeme, také si to musíme nějakým způsobem vysvětlit. Musíme se s nastalou situací nějak vyrovnat. Weiner (1986) se pokusil aplikovat principy atribuce na motivaci a emoce. Podle Weinera, když lidé uspějí nebo selžou v úkolové situaci, vyvolává to u nich specifické emocionální reakce. Weiner (1986) předpokládá, že existují tři dimenze kauzality:

1. Příčina může být vnější nebo vnitřní.
2. Příčina může být stabilní nebo labilní.
3. Příčina může být kontrolovatelná nebo nekontrolovatelná.

Labilní vnější příčina je např. náhoda, labilní vnitřní příčina je úsilí. Stabilní vnější příčina je obtížnost (úkolová náročnost) a stabilní vnitřní příčina jsou schopnosti. Labilní složka je proměnlivější než stabilní, proto např. vnitřní labilní složka je úsilí, protože úsilí může být proměnlivé, úsilí můžeme vynaložit velké, nebo se můžeme na úkol vykašlat, a tím pádem vynaložit úsilí malé. Schopnosti jsou relativně konstantní veličinou, buď je máme, nebo nemáme. Náhoda je labilní záležitost,

může to být náhoda, může to být štěstí, podle toho jak to chceme nazvat. To je zhruba stejná kategorie proměnlivosti. Stabilní vnější příčinou je úkol, který je nám zadán (Weiner, 1986).

V jednom výzkumu byli probandi žádáni, aby odhadli míru své úspěšnosti. Probandi byli milně informováni o tom, co je čeká. Zhruba polovina probandů měla nízké sebevědomí nebo si nevěřila, druhá polovina si věřila. Výzkumníci dále rozdělili ty, kteří si nevěřili na dvě poloviny, přičemž jedné řekli, že uspěli a druhé polovině řekli, že neuspěli. Stejně postupovali u probandů, kteří si věřili. Takže jedinec, který si nevěřil, najednou k neobyčejnému zděšení zjistil, že byl mimořádně úspěšný a najednou se s tímto zjištěním musel vyrovnat. Výzkumníci probandům předkládali škálu, v níž hodnotili své úsilí, které vynaložili na řešení úkolu a také to, zda výsledek přikládají náhodě nebo svým schopnostem. Zjistili, že pokud si někdo věřil a dokázal to, přisuzoval to svým schopnostem, žádná náhoda. Pokud si někdo věřil, ale neuspěl, spatřoval příčinu svého selhání v náhodě atp. (Gross, 2010).

Všechny výše uvedené teorie atribuce jsou pokusem o to, objevit pravidla, podle nichž přisuzujeme příčinu věcem a událostem kolem sebe spontánně. Jde o aposteriorní popis, který psychologové činí o procesech, které se automaticky dějí v lidských myslích. Jedna z původních tezí Heidera (1958) byla, že každý člověk se chová jako laický psycholog v tom smyslu, že neustále hodnotí druhého lidi, odhaduje příčiny jejich konání a další souvislosti. Člověk hledá smysl ve věcech kolem sebe úplně přirozeně, stále se snaží mít lidově řečeno jasno. A to znamená chápat, mít věci v souvislostech a jeden z principů, které se při tom uplatňují, je atribuování příčiny chování.

2.5.4 Hlavní atribuční omyl

Hlavní **atribuční omyl** resp. **hlavní atribuční chyba** (angl. fundamental attribution error) spočívá v tom, že máme při posuzování chování druhých lidí tendenci nadhodnocovat význam osobnostních (dispozičních) faktorů oproti situačním (environmentálním) faktorům (Ross, 1977). Heider (1958) se domníval, že na chování lze nazírat jako na figuru, jevící se oproti pozadí, zahrnující kontext, roli atd. Měl tím na mysli, že chování je zjevné, zatímco situační faktory lehce přehlédneme. Jedním z vysvětlení atribučního omylu je tzv. efekt aktéra a pozorovatele (angl. actor-observer effect), který říká, že aktéři a pozorovatelé se liší ve způsobu, jakým atribuují stejnou událost (Jones, Nisbett, 1971):

1. Aktéři obvykle posuzují své chování jako primárně zapříčiněné danou situací a tudíž jako nekonzistentní (přičítají ho na vrub vnějším příčinám).
2. Pozorovatelé obvykle přisuzují chování aktéra jeho osobnostním dispozicím a záměrům a hodnotí jej jako konzistentní, tzn., že aktér se podobným způsobem chová i v jiných situacích (protože příčina tohoto chování je z jejich pohledu vnitřní).

Když pozorujeme druhého člověka, jak něco dělá, čili jsme pozorovatelé nějakého aktéra, máme tendenci jeho chování přisuzovat dispozičním příčinám, zatímco když posuzujeme své vlastní chování, čili my sami jsme aktéry, máme tendenci přisuzovat naše chování situačním příčinám. Základní vysvětlení tohoto atribučního omylu spočívá v tom, že to co je pro aktéra dané situace zřetelné a jasné, je odlišné od toho, co v dané situaci vnímá pozorovatel. Člověk, když pozoruje jiného člověka v akci, soustřeďuje se na něho, na toho člověka, a od toho pak se odvíjí i to, že chování přisuzuje jemu, jeho osobnostním dispozicím. Když něco děláme sami, tak jsme se sebou neustále, čili se na sebe moc soustřeďujeme, ale soustředíme se spíše na prostředí, na okolí, na situaci a proto máme větší tendenci s ní také spojovat příčiny našeho chování.

Shrnutí

Sociální kognice se týká kognitivních procesů a struktur, které ovlivňují a jsou ovlivňovány společenským kontextem. Předpokládá se, že lidé mají omezenou schopnost zpracovávat informace a proto využívají nejrůznější kognitivní zkratky, příp. si na základě svých cílů, motivů a potřeb zvolí řadu kognitivních strategií. Celkový dojem, který tvoříme o ostatních lidech je ovlivněn stereotypy, nepříznivými informacemi, prvními dojmy a idiosynkratickými osobnostními konstrukty. Výzkum naznačuje, že při vytváření dojmu o druhých lidech bereme v potaz různé komponenty a pak je průměrujeme složitými způsoby, nebo některé komponenty mohou ovlivnit interpretaci a význam všech ostatních komponent a dominovat ve výsledném dojmu. Schémata jsou kognitivní struktury, které představují poznatky o lidech, událostech, rolích, sobě a obecných informacích. Kategorie jsou sady prvků uspořádaných kolem prototypu. Jsou hierarchicky strukturovány z hlediska inkluzivity takovým způsobem, že méně inkluzivní kategorie jsou podmnožinami širších a inkluzívnějších kategorií. Proces kategorizace zdůrazňuje vnímanou podobnost v uvnitř kategorie a rozdíly mezi kategoriemi, které člověk považuje za související s kategorizací. Tento zdůrazňující efekt je základem stereotypizace. Procesy, které používáme k vyvozování závěrů, nejsou ideální. Naše schémata nás ovládají, spoléháme se na kognitivní zkratky (heuristiku), jako je reprezentativnost, dostupnost, ukotvení a přizpůsobení, spíše než na optimální techniky zpracování informací. Lidé jsou naivní psychologové, kteří chtějí pochopit příčiny jejich chování a chování jiných lidí. Stejně jako vědci i lidé berou v úvahu shodu, konzistenci a charakteristiku informací při rozhodování o tom, zda přiřadit něčí chování osobnostním rysům a dispozicím, nebo situačním faktorům. Atribuce, které učiníme, mohou mít hluboký dopad na naše emoce, sebepojetí a vztahy s ostatními. Mohou existovat individuální rozdíly ve sklonech k tomu, připisovat chování spíše interní nebo externí atribuci. Lidé jsou ve skutečnosti ne moc dobří vědci, pokud jde o atribuci chování. Jsou ovlivněni mnoha různými omyly, z nichž nejvýznamnější je tendence připisovat chování ostatních lidí jejich vlastním osobnostním dispozicím a sebe navenek chrání tím, že vlastní chování nepřipisují vlastnímu selhání ale vnějším

okolnostem.

Pojmy k zapamatování

Sociální kognice hnutí v sociální psychologii, které začala v sedmdesátých letech 20. století, kdy se pozornost přesunula k tomu, jak lidé přemýšlejí o jiných lidech a sociálních vztazích

Kognitivní lenoch termín užívaný k popisu neochoty lidí důkladně a usilovně přemýšlet

Znalostní struktury organizované soubory informací, které jsou uloženy v paměti

Schémata znalostní struktury, které obsahují podstatné informace o konceptu, jeho atributy a vztahy k jiným konceptům

Skripty znalostní struktury, které definují situace a vodítko

Priming zasazení nebo aktivace nápadu v něčí mysli

Atribuce vysvětlení příčiny, kterou lidé dávají svému chování, nebo chování druhé osoby

Základní atribuční chyba tendence pozorovatelů přisuzovat chování ostatních lidí vnitřní příčinu a omezit situační faktory

Heuristika mentální zkratky, které poskytují rychlé odhady pravděpodobnosti výskytu nejistých událostí

Cvičení

Při situační atribuce se zaměřujeme na osobnostní rysy druhých lidí jako na příčinu jejich chování. Je to pravda nebo lež?

Při _____ atribuci se zaměřujeme na vlastnosti lidí, jako důvod jejich chování.

Proč máme tendenci obviňovat ostatní na základě rychlých, nevědomých, intuitivních obecných hodnocení jejich charakteru a motivů? Uveďte alespoň jeden příklad základní atribuční chyby.

Proč posuzujeme mnohé naše chování situačně?

Kontrolní otázky

1. Slyšeli jste rčení, nikdy neposuzuj knihu podle obalu? Použijte tuto myšlenku jako odrazový můstek, a popište, jak si vytváříme naše první dojmy o jiné osobě.

2. Jak se vztahují schémata ke stereotypům? Uveďte příklad.

3. Proč se stereotypy tak pomalu mění?

4. Můžeme být myšlení ovlviněno naší náladou?

Korespondenční úkol

Termín konspirační teorie vstoupil do běžného jazyka. Jak lze z pohledu sociální psychologie vysvětlit, k jakému účelu tyto teorie slouží. Zamyslete se a napište na toto téma esej.

Literatura

(1) Asch, S. E. Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. Washington: APA, 1946, 41, 258-290. ISSN 0021-843X.

(2) Baumeister, R. F., Bushman, B. J. *Social psychology and human nature*. Belmonst: Wadsworth, 2011. 832. Edice, 7. ISBN 978-0-495-60133-3.

(3) Gross, R. *Psychology: The Science of Mind and Behaviour*. Edice, 6. London: Hodder Education, 2010. 912. ISBN 978-1444108316.

(4) Hayesová, N. *Základy sociální psychologie*. Praha: Portál, 2011. 168. ISBN 978-80-7367-909-5.

(5) Hogg, M. A., Vaughan, G. M. *Social psychology*. London: Pearson, 2011. 763. Edice, 6. ISBN 978-0273741145.

(6) Fiske, S. T. *Social Beings: A Core Motives Approach to Social Psychology*. New York: John Wiley & Sons, Inc., 2004. 720. ISBN 978-0470129111.

(7) Fiske, S. T., Taylor, S. E. Social cognition. Edice, 2. New York: Random House, 1991. 717. ISBN 978-0071009102.

(8) Gilbert, D. T., Pinel, E. C., Wilson, T. D., Blumberg, S. J., Wheatley, T. P. (1998). Immune neglect: A source of durability bias in affective forecasting. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1998, 75, 617–638. ISSN 0022-3514.

(9) Goffman, E. *The presentation of self in everyday life*. New York: Doubleday Anchor, 1959. 259. ISBN 978-0385094023.

(10) Heider, F. *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley, 1958. 322. ISBN 9780898592825.

(11) Heider, F., Simmel, M. An experimental study of apparent behaviour. *American Journal of Psychology*. Chicago: University of Illinois Press, 1944, 57, 243-259. ISSN 0002-9556.

(12) Jones, E. E., Nisbett, R. E. *The Actor and the Observer: Divergent Perceptions of the Causes of Behaviour*. Morristown, NJ: General Learning Press, 1971. 16.

(13) Kelly, G .A. *A Theory of Personality – The Psychology of Personal Constructs*. New York: Norton, 1955. 208. ISBN 978-0393001525.

(14) Kelley, H. H. Attribution theory in social psychology. In D. Levine (Eds.) *Nebraska Symposium on Motivation*. Volume 15. Lincoln: Nebraska University Press, 1967, 192-238. ISBN 9780803256156.

(15) Nisbett, R. E., Ross, L. Human Inference: Strategies and Shortcomings of Social Judgement. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, 1980. 352. ISBN 978-0134451305.

(16) Ross, L. The intuitive psychologist and his shortcomings. In L. Berkowitz (Eds.) *Advances in Experimental Social Psychology*. Volume 10. New York: Academic Press, 1977, 174-221. ISBN 978-0120152100.

(17) Výrost, J., Slaměník, I. *Sociální psychologie*. Praha: Grada, 2008. 416. Edice, 2. ISBN 978-80-247-1428-8.

(18) Weiner, B. *An Attributional Theory of Motivation and Emotion*. New York: Springer-Verlag, 1986. 304. ISBN 978-1-4612-9370-5.

3 Postoje

Cíl kapitoly

Po nastudování této kapitoly byste měli být schopni:

- *Porozumět historickému a současnému pohledu na problematiku postojů*
- *Chápat, jak jsou postoje strukturované.*
- *Znát funkce postojů.*
- *Vysvětlit kognitivní teorie postojů a jejich vztah k chování.*
- *Umět charakterizovat kognitivní a behaviorální přístupy k utváření postojů.*
- *Znát význam pojmů hodnoty a ideologie.*
- *Rozlišovat mezi explicitními a implicitními postoji.*

Klíčová slova

Postoj, formování postojů, ideologie, Likertova škála, jednosložkový model psotoje, třísložkový model psotoje, dvousložkový model postoje, hodnoty.

Průvodce studiem

Nejprve si rychle ji projděte celou kapitolu, abyste získali představu o hlavních tématech. Pozorně si přečtěte souhrn, který je uveden na konci kapitoly. Napadnou vás otázky, na které najdete odpověď po přečtení celé kapitoly. Potom si kapitolu pozorně přečtěte. Při čtení se pokuste nalézt odpověď na otázky, které jste si položili. Pokuste se najít souvislosti mezi probíranou látkou a tím, co již víte. Po přečtení kapitoly se snažte vzpomenout si na hlavní myšlenky. Tento postup vám napomůže odhalit mezery ve vašich vědomostech a pomůže vám uspořádat si informace.

3.1 Struktura s funkce postojů

3.1.1 Historické pozadí

Každý člověk nějak hodnotí svět, v němž žije. Prakticky ke všemu s čím se v životě setkáme, si utváříme pozitivní nebo negativní vztah. Děje se tak rychle a neustále. Jednoduše lze tedy říci, že **postoje** představují hodnocení lidí, věcí, událostí a myšlenek (Ajzen, Fishbein, 1977). Během celé historie lidstva lze vysledovat, že

mnoho lidí stihl krutý osud za to, že lpěli na svých postojích. Postoje jsou myšlenky, které často určují, jak lidé budou jednat. Samotné slovo *postoj* je odvozeno z lat. *aptus*, což volně přeloženo znamená „způsobilý a připravený k akci“. Tento prapůvodní význam se týká něčeho, co je přímo pozorovatelné. Dnes převažuje pohled na postoje jako na konstrukt, který i když není přímo pozorovatelný, předchází našemu chování a řídí naše rozhodování. Psychologové měli zpočátku velmi optimistickou představu o vztahu panujícím mezi postoji a chováním a předpokládali, že určité postoje vedou k určitému chování. Nicméně postupem času došli k poměrně překvapivému zjištění, že postoje nejsou vždy dobrým prediktorem lidského chování. Je sice pravdou, že v některých případech může změna našeho chování vést ke změnám v našich postojích, obráceně to však již tak jednoznačně neplatí.

Postoje jsou důležité, protože mohou naznačovat, jak se lidé zachovají. Allport (1935) se dokonce odvolával na postoje, jako na jeden nejdůležitějších konceptů v sociální psychologii. V historickém kontextu není jeho názor nijak ojedinělý, jelikož i jiní, jako třeba Thomas a Znaniecki (1918, in Baumeister, Bushman, 2011) nebo dokonce Watson (1930, in Baumeister, Bushman, 2011), přímo ztotožňovali sociální psychologii se zkoumáním postojů a de facto definovali sociální psychologii jako vědecké studium postojů. Na počátku třicátých let dvacátého století se začaly objevovat první dotazníky a škály určené k měření postojů.

Podle Allporta (1935, s. 810) lze postoj definovat jako:

„mentální a nervový stav připravenosti, organizovaný na základě zkušenosti, uplatňující přímý nebo dynamický vlivu na odpovědi jedince vůči všem objektům a situacím, s kterými je ve vztahu.“

Většina zvířat nepotřebuje mnoho postojů. Vědí, co chtějí jíst, jaké zvířata mají rády a která se jim nelíbí, kde rády spí apod. Svět, ve kterém žijí, není příliš složitý, a proto vystačí s několika málo jednoduchými postoji, které jim mohou docela dobře sloužit. Naproti tomu je lidský život velmi složitý a lidé se bez široké škály postojů neobejdou. Lidé jsou nuceni ve své život čelit mnoha rozhodnutím, např. při nakupování jsou prezentovány doslova tisíce rozdílných možností v rámci jednoho supermarketu nebo obchodního domu. Dokonce, i když vědí, že chtějí určitý produkt, například rukavice, čelí obrovskému množství možných možností a mají určité postoje (např. lepší než rukavice, protože jsou teplejší, nebo rukavice jsou lepší než rukavice, protože jsou použitelnější; kůže je módní, ale těžší se udržovat, a některé zvíře musí zemřít; hnědé rukavice se mohou setkat s mým modrým kabátem) může pomoci. Postoje jsou nezbytné a adaptivní pro člověka. Pomohou nám přizpůsobit se novým situacím, hledat ty věci v našem prostředí, které nás odměňují a vyhýbají se těm věcem, které nás potrestají. Postoje mohou být dokonce záležitostí života nebo smrti, což ovlivňuje to, zda lidé trpí zdravotními riziky nebo se účastní zdravého preventivního chování (Hogg, Vaughan, 2011).

Celá koncepce postojů však byla podrobena v následujících dekádách těžké zkoušce, neboť se stala centrem mnoha kontroverzí. Např. striktní behavioristé tvrdili, že

postoje jsou pouze výplodem naší fantazie a lidé si vymýšlejí postoje proto, aby jejich pomocí vysvětlili chování, k němuž již došlo.

Během šedesátých a sedmdesátých let dvacátého století se vkradl do myslí sociálních psychologů zkoumajících postoje pesimismus. Tato reakce pramenila do jisté míry z obavy, že nebyl zjištěn dostatečný vztah mezi vyjádřenými postoji a zjevným chováním. V osmdesátých letech dvacátého století se však postoje opět dostaly do centra pozornosti sociálních psychologů, což bylo podníceno zejména prudkým rozvojem kognitivní psychologie. Toto znovuoživení zájmu o postoje se projevilo v zaměření na zpracování informací, na funkci paměti a emocí na to, jak toto vše ovlivňuje formování a změnu postojů. Byly realizovány rozsáhlé výzkumy na sílu postojů a jejich přístupnost ke změně, na vztah postojů k chování a na tzv. implicitní měření postojů (Výrost, Slaměník, 2008). McGuire (1986, in Baumeister, Bushman, 2011) identifikoval v historii výzkumu postojů v sociální psychologii tři hlavní fáze, ohraničené jednotlivými obdobími:

(1) Zaměření se na měření postojů a na způsob, jakým se tato měření vztahují k chování (1920 až 1930).
(2) Zaměření se na dynamiku změny postojů jednotlivce (1950 až 1960).
(3) Zaměření se na kognitivní a společenskou strukturu a funkci postojů a postojových systémů (1980 až 1990).

Bez postojů by lidé měli potíže s reagováním na události v každodenním životě, s rozhodováním a dáváním smyslu vztahům s ostatními lidmi. Postoje tak i nadále zůstávají klíčovou, byť někdy kontroverzní, součástí sociální psychologie.

Postoje se liší od přesvědčení. **Přesvědčení** (angl.. beliefs) jsou informace (fakta, názory) o něčem. Postoje (angl.. attitudes) jsou globální hodnocení určitých objektů nebo událostí (např. někoho máte nebo nemáte rádi apod.). Pokud si myslíte, že venku je zamračeno, jedná se o přesvědčení. Pokud ale máte takové počasí rádi, jde o postoj. Z toho vyplývá, že postoje slouží k rozhodování, zatímco přesvědčení slouží k vysvětlení událostí. Postoje i přesvědčení hrají důležitou interpersonální funkci. Lidé totiž potřebují ovlivnit to, jak se druzí rozhodují a současně potřebují také vysvětlit věci druhým lidem (Baumeister, Bushman, 2011).

Duální postoje

Duální postoje jsou definovány jako různé hodnocení stejného objektu postoje: implicitní postoj a explicitní postoj (Wilson, Lindsey, Schooler, 2000). Tento duální model postojů zapadá do teorie duplexní mysli. Tato představa je založena na skutečnosti, že jedinec může zaujímat ve vědomé mysli postoje, které jsou v protikladu vůči automatickým částem jeho mysli. Někdo o sobě např. prohlašuje, že má rád country hudbu, ale jakmile je hrána v rádiu, obvykle změní stanici. **Implicitní postoje** (angl.. implicit attitudes) jsou automatické nevědomé hodnotící reakce. Naproti tomu **explicitní postoje** (angl.. explicit attitudes) jsou kontrolovány a jedná se o vědomé hodnotící reakce. Explicitní a implicitní postoje mohou být v konfliktu. Nevědomě něco můžete mít rádi něco, co se vám na vědomé úrovni nelíbí (např.

techno hudba). V USA např. pouze malé procento lidí z jakékoliv etnické skupiny připouští, že má rasové předsudky, zatímco většina se upřímně ztotožňuje s myšlenkou rasové rovnosti, a přesto mnoho lidí vykazuje negativní automatickou reakci vůči jiným rasám (Greenwald, McGhee, Schwartz, 1998).

Rozdíl mezi explicitním a implicitním postojem vedl řadu autorů k předpokladu, že tyto dva postoje mohou být na sobě vzájemně nezávislé a mohou sloužit různým funkcím. Namísto toho, aby lidé zažívali vnitřní konflikt z toho, že mají rozdílné duální postoje, většina lidí si spíše neuvědomuje, že má vnitřní konflikt. Domnívají se, že jediný postoj je ten vědomý, protože jim přichází na mysl, když vědomě přemýšlejí o nějaké věci.

Existuje několik různých způsobů, jak měřit implicitní postoje. Většina zahrnuje měření reakčních časů na určitý podnět. Jednou z populárních metod je implicitní asociační test (z angl.. Implicit Association Test – ITA), který měří postoje a přesvědčení, kterých si lidé buď nejsou vědomi, anebo je nejsou schopní sdělit. Např. jeden z těchto testů zkoumal implicitní postoje vůči starým lidem. Test ukázal, že většina Američanů automaticky preferuje mladé lidi před starými (Baumeister, Bushman, 2011).

3.2 Z kolika komponent se postoj skládá?

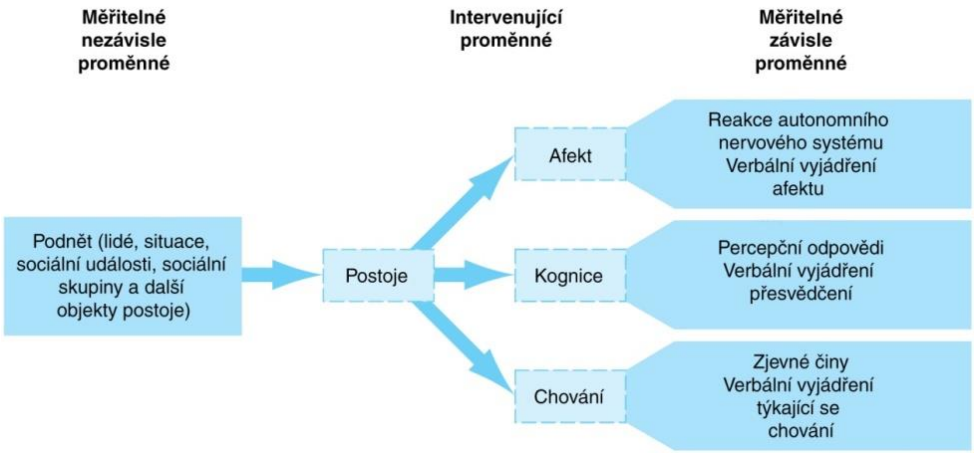
Jednou z důležitých otázek, které se v případě postojů objevily, bylo, zda se nachází v pozadí postoje jeden dále nedělitelný faktor, nebo zda jsou postoje naopak tvořeny komplexem různých faktorů. Původní výkladový model zahrnoval tři složky, a sice emoce (city), poznatky (kognici) a připravenost jednat určitým způsobem vůči předmětu postoje (behaviorální složku). Takto bylo na postoje nahlíženo po relativně dlouhou dobu.

3.2.1 Třísložkový model postojů

Třísložkový model předpokládá, že postoj se skládá z poznávací, afektivní a behaviorální složky. Tento přístup k postojům má své kořeny, sahající až ke starověkým filozofům, kteří uvažovali o myšlenkách, pocitech a jednání jako o základu veškeré lidské zkušenosti. Třísložkový model postoje byl populární zejména v šedesátých letech. Poznatky jedince o předmětu postoje jsou dle této koncepce ovlivněny jeho city a tendencí chovat se k danému předmětu určitým způsobem. Změna v poznatcích o předmětu postoje pak může vést až ke změně pocitů a chování k dotyčnému předmětu. Z těchto poznatků teoretici postojů vyvodili, že postoj má tři složky a takto bylo a postoje zpočátku také nahlíženo. Dle Rosenberga a Howlanda (1960, in Gross, 2010) jsou postoje predispozice odpovídat na určité podněty určitou reakcí, kdy tyto reakce mohou být trojího druhu:

a) **afektivní** – jaké pocity člověk chová k předmětu postoje, jak pozitivně či negativně jej hodnotí;

b) **kognitivní** – co si člověk objektivně myslí o předmětu postoje;
c) **behaviorální (konativní)** – jak se člověk chová, nebo zamýšlí chovat vůči předmětu postoje.



Obrázek 11 Třísložkový model postojů. *Zdroj: Gross, 2010*

V tomto modelu jsou postoje intervenující proměnnou, zasazenou mezi podnětem a odpovědí na tento podnět. Největším problémem tohoto modelu byla nízká korelace mezi jeho jednotlivými složkami (Gross, 2012). Wicker (in Slaměník. 2008) si ve starých publikovaných výzkumech všiml jedné zajímavé studie, kterou v polovině třicátých let publikoval R. T. LaPiere. Ve své době tato studie nevzbudila přílišnou pozornost a upadla v zapomnění, až Wicker ji znovu objevil a publikoval. Wicker poté dospěl za pomoci tzv. **lapierova paradoxu** ke zjištění, že behaviorální složka je nejméně spolehlivá z hlediska trvalosti postoje. Výzkum, který LaPiere (1934, in Výrost, Slaměník, 2008) publikoval ve třicátých letech 20. století, spočíval v následujícím. LaPiere společně s mladým čínským párem cestoval v USA po menších městech a vždy když přijeli do nějakého města, šli do hotelu a žádali o ubytování. Celkem navštívili na 251 hotelů. Vzhledem k tomu, že v Americe tou dobu panovala značná nevraživost vůči Asiatům, byl hoteliér v rozpacích a v jasném dilematu. Nicméně byli ubytováni v 90 % případů. Když takto navštívili všechna města, která chtěli, LaPiere znovu do těch samých hotelů s odstupem 6 měsíců, napsal dopis s tím, že opět hodlá přijet do města společně se svými čínskými přáteli a zdali mohou počítat s ubytováním v tomto hotelu. Dostal 75 % zamítavých odpovědí.

Lapierův paradox spočívá v tom, že člověk se vždy nechová přesně v intencích svého postoje. Obecně tedy můžeme říct, že postoje jsou pouze jednou z mnoha složek determinujících naše chování. Reprezentují predispozici chovat se určitým způsobem v daných situacích. To, jak se v určité situaci skutečně zachováme, závisí na bezprostředních konsekvencích našeho chování, na tom, jak si myslíme, že ostatní budou posuzovat naše chování a na tom, jak se lidé obvykle v podobných

situacích chovají. Do hry vstupuje také celá řada situačních faktorů. Když bychom se vrátili k předchozímu příkladu, tak pokud na pultě ležely dolary a navíc ještě z očí do očí, hoteliér nedokázal ve většině případů říct ne a ubytoval je, byť se skřípěním zubů. Když ale byl na tutéž věc dotázán nepřímo, tak odmítl. Dolary už na stole neležely ani s nimi nebyl v kontaktu tváří v tvář, a tudíž pro něj nebyl takový problém, chovat se v intencích svého postoje. Wicker prostudoval ještě mnoho dalších studií, v kterých ve všech nějakým způsobem bylo naznačeno, že behaviorální komponenta postoje je nejméně spolehlivá.

Podobně k problematice postojů přistupovali i Himmelfarb a Eagly (1974, in Hogg, Vaughan, 2011), kteří vymezují postoj jako relativně trvalou organizaci přesvědčení, pocitů a behaviorálních tendencí k sociálně významným předmětům, skupinám, událostem nebo symbolům. Tato definice kromě toho, že zahrnuje všechny tři složky, navíc zdůrazňuje, že:

1. Postoje jsou relativně trvalé, tzn., že přetrvávají v čase a napříč různými situacemi, čili momentální pocit není postoj;
2. Postoje jsou omezeny na společensky významné události nebo objekty.
3. Postoje jsou zobecněné (generalizované) a vždy v sobě zahrnují určitý stupeň abstrakce. *Pokud např. budete mít po návštěvě indické restaurace průjem, není to ještě dostatečný základ pro zformování postoje, jelikož se jedná o jednu jedinou událost. Pokud váš zážitek však bude mít za následek, že začnete nenávidět indická jídla, pak je tato nenávist již postojem.*

Každý postoj je tvořen hromadou pocitů, záměrů, myšlenek atd. Navzdory přitažlivosti třísložkového modelu představuje tento model problém, protože předjímá vazbu mezi postojem a chováním, což je sama o sobě dost kontroverzní otázka.

3.2.2 Dvousložkový model postojů

Jiný přístup, vycházející z teorie Allporta (1935), upřednostňoval dvousložkový model postoje. K afektu, který se váže k objektu postoje, byla přidána druhá složka, stav mentální připravenosti. Jde o implicitní predispozici, která má obecný a konzistentní vliv na to, jak se rozhodujeme, co je dobré nebo špatné, žádoucí nebo nežádoucí atd. Postoj je proto vnitřní událostí, kterou nelze externě pozorovat a její existenci můžeme pouze dovozovat. Mohli bychom to provést např. introspektivním zkoumáním našich duševních procesů. Mohli bychom také vyvozovat závěry o postoji zkoumáním způsobů, kterými se chováme, mluvíme nebo jednáme (Hogg, Vaughan, 2011).

3.2.3 Jednosložkový model postojů

Tento model předpokládá, že postoj se skládá pouze z afektu resp. hodnocení určitého objektu. Postoj je tedy stupeň pozitivního nebo negativního vyladění vůči

nějakému objektu (Edwards, 1957, in Hogg, Vaughan, 2011). Je to velmi jednoduchá koncepce – buď se nám něco líbí nebo ne.

3.3 Funckce psotojů

Podle Hogga a Vaughana (2011) jsou postoje základní a všudypřítomnou složkou našich životů. Bez postojů bychom jen obtížně reagovali na události, činili rozhodnutí a nacházeli smysl v mezilidských vztazích. Jinými slovy lze říci, že postoje nám poskytují jakési předem připravené reakce a interpretace situací. Díky postojům šetříme energii, protože nemusíme stále znovu a znovu řešit, jaké máme mít pocity k objektům či událostem pokaždé, když se s nimi setkáme. Katz (1960) identifikoval čtyři hlavní funkce postojů:

1. **Funkci znalostní** – hledáme určitý stupeň předpověditelnosti, konzistence a stability okolního světa. Postoje dávají smysl a udávají směr našemu prožívání, poskytují nám vztahový rámec, k němuž se upínáme při hodnocení lidí, událostí a objektů.
2. **Funkci utilitární** – pokud dáváme najevo sociálně přijatelné postoje, dostáváme od okolí pozitivní reakce, čímž dochází k asociaci těchto postojů s výraznými odměnami (jako je úcta, uznání, souhlas atp.)
3. **Funkci sociální identity** – sebevyjádření dosahujeme pomocí hodnot, kterých si vážíme. Odměnou nám nemusí být získání sociálního souhlasu, ale potvrzení daleko zásadnějšího aspektu našeho sebeobrazu, především naší osobnostní integrity.
4. **Funkci udržování sebeúcty** – postoje nás chrání před připuštěním si našich osobnostních nedostatků. Např. předsudky nám v tomto ohledu pomáhají udržet si naše sebepojetí tím, že nám dávají pocit nadřazenosti nad druhými. Obrana našeho Ega často znamená vyhýbání se a popírání sebepoznání.

Katz (1960) věřil, že v postojích se uplatňují jak naše vědomé, tak nevědomé motivy. Na základě svého funkcionálního přístupu k postojům se Katz (1960) domníval, že některé postoje budou odolnější vůči snaze o jejich změnu než jiné. Zejména se jedná o postoje, plnící funkci obrany našeho ega.

3.4 Utváření postojů

Postoje nemohou být vrozené, už proto, že postoj je název pro myšlenkové operace a pocity, které jsou neuchopitelné. Postoje vznikají v procesu socializace a váží se na uspokojování našich potřeb (Krech, Crutchfield, Ballachey, 1968). K předmětům našeho sociálního světa, které jsou v nějaké vazbě na naše potřeby, nebo mají výraznější vztah k našim potřebám, si rychleji profilujeme naše postoje. Kolem předmětu, který uspokojuje naše potřeby, nebo napomáhá jejich uspokojení, čímž získává pozitivní valenci, se shromažďují spíše příznivé názory. A obráceně, ty předměty, které nám spíše brání v uspokojení našich potřeb, získávají spíše

opačnou, tedy negativní valenci. Postoje se mohou utvářet vlivem informací. Informace jsou sice kognitivní kvality, ale málokdy jsou ryze neutrální.

Záleží na tom, jaké informace nám jsou o určitých věcech poskytovány. Někdy je to přímo záměr, že je nám sdělováno něco takovým způsobem, aby to v nás vyvolalo negativní postoj k dané věci. Výzkumy bylo prokázáno, že význam informace na utváření postoje je vyšší u inteligentnějších lidí (Výrost, Slaměník, 2008). U lidí méně inteligentních nejsou informace až tak důležité, mnohem podstatnější úlohu u nich hrají pocitové záležitosti. Prostšímu člověku stačí jedna informace, z které on získá jakýsi pocit a už se dál o danou věc nezajímá. Přemýšlivější lidé obvykle disponují určitou cenzuru.

Postoje se samozřejmě vytvářejí také pod vlivem skupin. Postoje člověka mají tendenci odrážet hodnoty, názory a normy skupiny, ke které se hlásí (Krech, Crutchfield, Ballachey, 1968). Lidé jsou od nejútlejšího věku včleňováni do nejrůznějších skupin. Nejprve jsme členy skupiny tvořené naší rodinou, proto má rodina obrovský vliv na utváření našich postojů. Je pochopitelné, že ve 2 – 3 letech nelze ještě o žádných celistvých postojích mluvit, ale už třeba uvržení malého dítěte do jeslí, se může promítat do toho, jaký si člověk udělá postoj k druhým a do jaké míry považuje určitou obranou agresi za přiměřenou. Klasická situace – máme jenom dva houpací koně a jsou tři zájemci. Tzn. v řadě možných i nemožných situací je člověk v příslušné skupině v rámci uspokojování svých potřeb, stavěn před významy a souvislosti různých okolností a začíná si k nim pomalu vytvářet ucelenější sestavu zvanou postoj.

Aby si jedinec udržel svoje postoje, je třeba podpory stejně smýšlejících lidí (Krech, Crutchfield, Ballachey, 1968). Skupinové normy, skupinové hodnoty předepisují, jaké postoje jsou správné a jaké nesprávné, což má následně vliv na to, jaké postoje si jedinec vytváří. Nesprávný postoj se střetává s nesouhlasem skupiny, čili je zde velký tlak na jednotlivce, aby se přizpůsobil. Jedinec má obvykle jen tři možnosti. První možností je, že se identifikuje se skupinou, do které je vřazen, což znamená, že hraje podle jejích pravidel, respektuje její normy a uznává její názory. Druhou možností je, že se skupinovými normami a hodnotami nesouhlasí, staví se do opozice a snáší skupinové sankce až třeba po vyloučení ze skupiny. Třetí možností je, že se stane povrchně konformním, ale vnitřně se skupinou úplně nesouhlasí. Taková situace nastává tehdy, když člověk s postoji skupiny nesouhlasí, ale skupina na druhou stranu sytí nějakou jeho potřebu, a proto z ní nechce být vyloučen. Postoje jsou vždy v určitém vztahu k naší osobnosti. Impulzivní jedinec pravděpodobně bude mít k různým excesům benevolentnější postoj než třeba člověk rigidnější. Např. náboženské postoje odrážejí naše vnitřní uspořádání. Jsou lidé s hlubší potřebou víry, přičemž u těchto lidí pochopitelně budou tyto postoje jinak profilovány než u lidí nevěřících nebo bez potřeby víry, příp. směřujících svou víru k něčemu jinému než je náboženství. Naše osobnost se dále odráží v politických a etnických postojích, viz např. etnocentrismus. Nemusí jít ani přímo o rasismus, ale je to takové to přesvědčení o tom, že příslušnost k mému národu je něco významného (Gross, 2010).

Opět ve většině případů platí, že čím bohatěji strukturovaná a zralá je osobnost toho kterého člověka, tím více bude korespondovat s umírněnými postoji k jiným rasám a k jiným národům spíše než osobnost prostší (Hayesová, 2011). Postoje se formují celoživotně, protože vývoj jde dopředu rychlým tempem a stále se něco nového vymýšlí a vyvíjí, a z toho důvodu i teď může být předmět, se kterým jsme se dosud nesetkali, ani ideálně, ani reálně a teprve až se objeví, tak si k němu budeme muset také vytvořit nějaký postoj (Krech, Crutchfield, Ballachey, 1968).

3.5 Změna postoje

Jak už jsme říkali, změna postoje není dána pouze jednou jedinou informací, ale především emoční zkušeností. V této souvislosti Krech, Crutchfield a Ballachey (1968) rozeznávají dva základní typy změny postoje. Jednak je to tzv. změna sourodá, kdy se jedinec ve svém emočním zaměření pouze posune, tj. jeho postoj se zvýrazní. To je sourodá změna. Anebo se jedinec může tzv. přepólovat a pak mluvíme o změně nesourodé. Sourodou změnu postoje tedy lze definovat jako vzrůst kladu v původně kladném postoji, nebo záporu v původně záporném postoji. Nesourodá změna postoje se definuje jako pokles kladu v původně kladném postoji, nebo pokles záporu v původně negativním postoji. Pohyb v jedné kvalitě postoje, která se nepřepóluje, není vždy změna sourodá. Pokles přitom nemusí být tak velký, aby se změnilo původní znaménko postoje. Tzn. i v případě, kdy jde jen o zmírnění daného postoje, přestože pořád u daného postoje zůstává stejné znaménko, jedná se přesto o nesourodou změnu, i když to tak na první pohled nemusí působit.

Bylo by jistě nedobré chtít si představovat postoj jako něco jednoduchého ve smyslu izolovanosti. Postoje jsou většinou spolu všelijak provázány a i jeden jediný postoj k něčemu může být relativně složitě vymezitelný. Postoj samozřejmě může mít v sobě začleněnou spoustu všech možných informací, souvislostí atd. Jako příklad si můžeme uvést politiku, kdy po 90. roce 20. století vzniklo OF a následně ODS. ODS se řadě lidem tehdy jevila jako skutečně ta správná strana, věřili, že to, co strana proklamuje, bude také realizováno. U mnoho lidí došlo posléze k výrazné nesourodé změně, tzn. „přepólovali“ se, když si uvědomili celou řadu odlišností mezi politickou proklamací na jedné straně a realitou na straně druhé. Takovýchto možných posunů a změn se dějí i v našem životě spousty. Máme dobrého přítele, vše je bezvadné a pak najednou zjistíme, že náš bezvadný přítel kudy chodí, tudy o nás vykládá ty nejnechutnější vtipy a pomluvy a my jsme najednou postaveni do situace „Co teď?“

Čím jsou postoje extrémnější, tím jsou méně přístupné změně (Krech, Crutchfield, Ballachey, 1968). Proto se třeba skalní přívrženci nějaké politické strany nenechají zviklat jakýmkoliv argumentem, případně kdokoli extrémní, jako skinheadi, anarchisté a všechny tyto extrémní skupiny, které velmi výrazně potřebují to, v co věří, mít stabilizované, a urputně se brání jakýmkoliv informacím, která by tuto stabilitu mohly narušit. U takovýchto lidí změna postoje nemůže nastat a je naivní si myslet, že každého lze nějakým způsobem přesvědčit. Vyvážený a konzistentní postojový systém bývá znakem zralé osobnosti, která netrpí extrémností postojů

(Krech, Crutchfield, Ballachey, 1968). U zralých osobností nebývá ani emoční vyladění nijak přehnané, protože extrémní emoce jsou dány potřebou mít něco hodně rád, věřit tomu bezvýhradně, resp. mít něco nerad. Zralá inteligentní osobnost většinou nepotřebuje takovéto extrémy, je schopna snášet i protiklady a je schopna snášet nebo dokonce i uznat, že i když je něco sympatické, přesto jsou tam přítomny i stránky, které úplně sympatické nejsou. I tento drobný informační rozptyl či rozlišnosti nemusí pro zralou osobnost znamenat dramatický průlom do její emoční vyváženosti.

3.6 Koncepty příbuzné postojům

3.6.1 Hodnoty

Koncepce postoje v sobě zahrnuje afekt jako ústřední dimenzi, přičemž mnozí tvrdí, že další rozměr postoje představuje přesvědčení. Pokud přijmeme oba tyto pohledy za nosné, pak je postoj souborem, který v sobě integruje přesvědčení a afektivní náboj (Hogg, Vaughan, 2011). Na koncepci postojů úzce navazuje koncepce **hodnot**. Postoje jsou povětšinou měřeny na základě toho, jak odrážejí různé stupně libosti či nelibosti vůči objektu postoje, zatímco hodnoty jsou určovány z hlediska jejich důležitost coby hlavních zásad řídících život člověka. Allport a Vernon (1931, Baumeister, Bushman, 2011) např. zjišťovali hodnotovou orientaci jedince podle toho, jaký význam mělo pro člověka následujících šest širokých kategorií hodnotové orientace:

1. **Teoretická** – zájem o řešení problémů, zjištění podstaty toho, jak věci fungují.
2. **Ekonomická** – zájem o ekonomické záležitosti, finance a peněžní záležitosti.
3. **Estetická** – zájem o umění, divadlo, hudbu apod.
4. **Sociální** – zájem o bližního svého, čili sociální orientace.
5. **Politická** – zájem o politické struktury a distribuci moci.
6. **Náboženská** – zájem o teologii, posmrtný život a morálku atd.

Rokeach (1968) navrhoval, že hodnoty by měly být koncipovány méně z hlediska zájmů nebo aktivit jedince a více z jeho preferovaných cílů (resp. finálních stavů). Rokeach proto rozlišoval mezi tzv. **finálními hodnotami** (např. rovnost, svoboda) a **instrumentálními hodnotami** (např. poctivost, ambice). Z jeho pohledu jsou hodnoty koncepty vyššího řádu, které mají širokou kontrolu nad postoji jednotlivce. Na základě hodnot lze tedy odhadnout postoje lidí. Jsou-li hodnoty prvořadé, je velmi pravděpodobné, že i naše jednání bude v souladu hodnotami. Himmelweit, Humphreys a Jaeger (1985, in Hogg, Vaughan, 2011) zrealizovali longitudinální studium sociálně psychologických vlivů na hlasování v Británii, které trvalo téměř čtvrt století. Zjistili, že specifické postoje byly zpravidla špatnými prediktory, zatímco širší sociopolitické hodnoty a identifikace s určitou politickou stranou byly mnohem lepšími prediktory chování voličů.

Hodnoty jsou obecná přesvědčení o žádoucím chování a cílech, čímž překonávají postoje a ovlivňují formu, kterou na sebe postoje jedince berou. Hodnoty tak nabízejí určité standardy pro hodnocení chování, ospravedlňující názory, podílejí se na plánování, rozhodování mezi různými alternativami, zapojení do společenského dění atd. V rámci osoby jsou organizovány do hierarchií a jejich relativní význam se může během života měnit. Hodnotové systémy se liší mezi jednotlivci, skupinami a kulturami.

I zde tedy vyvstává stejná otázka jako u postojů, a sice, lze na základě hodnot předpovídat chování člověka? Mnoho vědců se kloní k tomu, že je to velmi nepravděpodobné, už vzhledem k tomu, že hodnoty jsou ještě obecnějším konceptem než postoje. Bardi a Schwartz (2003, in Hogg, Vaughan, 2011) sice shledali jistou souvislost mezi některými hodnotami a chováním, nicméně ve své studii nesbírali skutečná data o chování lidí, ale vycházeli pouze z jejich reportovaného chování.

3.6.2 Ideologie

Termín **ideologie** se do jisté míry překrývá s konceptem hodnot. Jde o integrovaný široce sdílený systém přesvědčení, obvykle se sociálním nebo politickým nábojem, který plní vysvětlující funkci (Thompson, 1990). Asi snad nejznámějšími zástupci tohoto druhu jsou náboženské a politické ideologie, které slouží jako zdroj mnoha konfliktů mezi skupinami na této planetě. Ideologie mají tendenci prezentovat stav věcí způsobem, který se zdá být zcela přirozený (tzv. **naturalistický klam**), čímž ospravedlňují nebo legitimizují status quo a posilují hierarchické vztahy. Ideologie také tvoří rámec pro hodnoty a postoje.

Podle Tetlocka (1989, in Hogg, Vaughan, 2011) jsou koncové hodnoty, jak je popsal Rokeach (1968), základem mnoha politických ideologií, viz např. Machiavellismus. Funkce ideologie mohou variovat ve dvou důležitých charakteristikách:

1. Mohou určitým hodnotám přiřadit různým prioritu – např. liberálové a konzervativci se vzájemně liší v tom, jaký stupeň důležitosti přiřazují osobní svobodě a národní bezpečnosti.
2. Některé ideologie jsou pluralistické a jiné monistické – pluralistické ideologie toleruje konflikt hodnot (např. ekonomický růst versus sociální spravedlnost). Monistické ideologie jsou ke konfliktu hodnot netolerantní a takovýto konflikt řeší většinou velmi zjednodušeně a přímočaře.

Podle Billiga (1991, in Hogg, Vaughan, 2011) se velká část našich každodenních myšlenek týká tzv. **ideologických dilemat**. Učitelé např. denně čelí dilematu, že na jedné straně mají představovat autoritu a na druhé podporovat rovnost mezi učitelem a žákem. Když vznikne konflikt mezi hodnotami, může dojít ke střetu postojů mezi skupinami. Ideologie je také zodpovědná za společenský extremismus. Ideologie totiž, díky své vysvětlující funkci, poskytuje lidem jakýsi „nárazník“ proti nejistotě (Hogg, Vaughan, 2011). Je všeobecně známým faktem, že lidé jsou

s nasazením života ochotni bránit svou ideologii a skupinu, která ji proklamuje. Jeden z důvodů, proč jsou náboženské ideologie tak mocné a trvalé, spočívá v tom, že organizované náboženství představuje skupiny snižující nejistotu, která má sofistikovanou ideologii, definující totožnost každého člověka, který k ní přináleží a regulující jak světské, tak existenční aspekty života.

3.7 Měření postojů

Postoje nelze zjišťovat přímo, postoje lze zjišťovat jen zprostředkovaně, např. sledováním verbálních nebo neverbálních projevů. Postoje můžeme i měřit, a to hned několika způsoby. Na postoje můžeme usuzovat z chování lidí, nebo na ně můžeme usuzovat z fyziologických reakcí jedince. Např. klasický detektor lži v kombinaci s dalšími snímači pracuje na principu, že při zadání určitých podnětových slov, vyvolají tato slova u člověka určitou fyziologickou reakci, která je snímatelná. Nejspolehlivější je měření za pomoci metod k tomu určených. Jednou z těchto metod je metoda sémantického diferenciálu. Kromě sémantického diferenciálu můžeme použít i celou řadu škál. Z hlediska škálování postojů nás zajímají výpovědi dotazovaných osob o vlastních názorech, cítění a chování k předmětu postoje.

3.7.1 Sémantický diferenciál

Tato metoda je spojena se jménem Ch. E. Osgooda, který ji publikoval společně s G. Sucim a P. Tannenbaumem v roce 1957. Původně byla tato metoda navržena k měření konotativního významu pojmů. Podstatou této metody je detekce tzv. sémantického prostoru, v němž lze vyjádřit konotativní význam každého pojmu. Osgood (in Janoušek, 1986)se svými spolupracovníky vytvořil na základě faktorové analýzy inventář 50 bipolárních adjektiv, včetně jejich faktorových vah, sytící tři dimenze (resp. faktory). Nejvýznamnějším faktorem je faktor hodno-cení, který stojí samostatně a dalšími dvěma faktory jsou faktor aktivity a faktor potence. Uvedené faktory vytvářejí jakýsi pomyslný trojrozměrný prostor.

Sémantický diferenciál se skládá z určitého počtu škál, z nichž každá je tvořena párem bipolárních adjektiv. Jedná se většinou o sedmibodové hodnotící škály. Osgood zjistil, že určité páry protikladných adjektiv tvoří seskupení. Nejdůležitější seskupení tvoří adjektiva hodnotící, jako např. dobrý-špatný, hořký-sladký, velký-malý atd. Druhé seskupení tvoří adjektiva s jistou dávkou potence, jako např. silný-slabý, hrubý-jemný a třetím uskupením je aktivita, vyjádřená adjektivy jako rychlý-pomalý atp. Každá škála tedy měří jednu ze základních dimenzí, které popsal Osgood, tj. hodnocení (h), potenci (p) a aktivitu (a). Kerlinger (1972) uvádí příklad devíti bipolárních adjektiv, která se dají asociovat s některou z těchto dimenzí (resp. faktorů):

(h)	dobrý	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	špatný
(h)	krásný	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	ošklivý

(h)	velký	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	malý
(p)	aktivní	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	pasivní
(p)	bystrý	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	tupý
(p)	čistý	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	špinavý
(a)	těžký	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	lehký
(a)	silný	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	slabý
(a)	rychlý	( )	( )	( )	( )	( )	( )	( )	pomalý

Není nutné vždy používat jen dvojice, u kterých známe jejich faktorové váhy. Sémantický diferenciál lze přizpůsobit našim potřebám, kdy některé škály mů-žeme vypustit, jiné můžeme naopak přidat atp. (Janoušek, 1986).

Pokud se dva pojmy nalézají blízko sebe v sémantickém prostoru, jsou si významem podobné, jestliže jsou naopak od sebe v sémantickém prostoru hodně vzdáleny, tak se svým významem liší. Jako měřítko vzdálenosti mezi dvěma pojmy používáme D-statistiku, což je velmi jednoduchá míra vyjadřující vzdálenost mezi dvěma libovolnými pojmy. Tato míra je definována následujícím vztahem

$$D_{ij} = \sqrt{\sum d_{ij}^2}$$

Výpočet se provádí tak, že se odečtou škálové hodnoty jednoho pojmu od škálových hodnot druhého pojmu d, rozdíly se pak umocní na druhou a sečtou. Tím dostaneme hodnotu, kterou poté odmocníme. Spočítáme hodnoty D pro vzdálenosti mezi sledovanými pojmy. Počet D je n(n - 1)/2, kde n je počet sledovaných pojmů. Hodnoty D můžeme vyjádřit přehledně pomocí tabulky. Mějme např. vzdálenosti D mezi pojmy A, B a C.

Tabulka 2 Hodnoty D pro pojmy A, B, C (převzato z Janoušek, 1988)

	A	**B**	**C**
A	x	7,095	2,121
B	x	x	6,555
C	x	x	x

Čím je menší hodnota D mezi dvěma pojmy, tím blíže jsou si dané pojmy svým významem a obráceně, čím větší je D, tím jsou si pojmy významově vzdálenější.

Dle Osgooda (1957, in Janoušek, 1986) lze sémantický diferenciál použít pro měření poznávací a emocionální složky postojů. Proband, u kterého chceme změřit postoj, dostane inventář sestavený z Osgoodova seznamu párů bipolárních objektiv. Většinou se používá 9 až 12 párů adjektiv, ve výjimečných případech i o něco méně. Úkolem probanda je, aby na sedmi stupňové škále, od jednoho krajního pólu po druhý krajní pól, vyznačil svoje vyladění vůči předmětu postoje. Je to metoda poměrně rychlá, poměrně dobře se hodnotí a lze ji statisticky zpracovat. Je dobré, aby adjektiva byla přeházená. Použitá škála musí být minimálně pěti položková.

Obvykle se však používá sedmi položková škála: velmi silně souhlasím, silně souhlasím, souhlasím, nevím - nejsem si jist, nesouhlasím, velmi nesouhlasím, velmi silně nesouhlasím. Stačí i pěti položková škála: silně souhlasím, souhlasím, nevím, nesouhlasím, silně nesouhlasím. Za silně souhlasím je 5 bodů, za souhlasím 4 body atd., až po silně nesouhlasím za 1 bod.

Poté se jen mechanicky sečtou body dosažené v příslušné kategorii, resp. v příslušném faktoru, čímž získáme představu o tom, jak je to s postojem daného člověka na dimenzi hodnocení, potence a aktivity. Není žádná velká chyba, když si uděláme i celkový součet, tzn., sečteme body dosažené ve všech třech dimenzích. Dopouštíme se tím sice určitého znepřesnění, ale lze to takto udělat. Na závěr je důležité poznamenat, že se nejedná o přesnou diagnostiku, ale pouze o kvalifikovaný odhad. Přesto však lze na základě sémantického diferenciálu odhadovat emoční nastavení subjektu, případně emoční vyladění jedné skupiny vůči druhé skupině. Právě k porovnávání postojů skupin vůči nějakému konkrétnímu předmětu našeho sociálního světa lze tuto metodu s úspěchem využít.

3.7.2 Škála stejně se jevících intervalů

L. L. Thurston svůj postup vypracoval společně s E. I. Chavem ve dvacátých letech 20. století, kdy v sociální psychologii dominoval tří složkový model postojů. Thurstone (in Janoušek, 1986) pochopil, že všechny tři složky postoje se měřit nedají a soustředil se především na emocionální charakter postojů, tj. na naše negativní či pozitivní prožívání směrem k příslušnému objektu.

Celý postup při tvorbě této škály má dle Břicháčka (1978) pět kroků:

1. Získání značného počtu výroků o předmětu postoje. Shromažďujeme výroky od velkého počtu osob, vztahující se k předmětu, který nás zajímá. Tyto výroky musí splňovat následující požadavky:

   a) výroky musí vyjadřovat momentální psychologickou orientaci respondenta vůči předmětu postoje a odlišovat ji od vztahu vůči témuž předmětu v minulosti;
   b) každý výrok musí vyjadřovat pouze jednu myšlenku a jeho for-mulace by měla být jednoznačná;
   c) formulace výroků nesmějí být příliš specifické;
   d) formulace všech výroků musí být v takové formě, aby s nimi ne-mohl souhlasit ten, kdo má k předmětu postoje protikladný vztah;
   e) použité výroky nesmějí být vágní.

2. Utřídění výroků. Utřídění výroků provádí skupina posuzovatelů (expertů), kterých by mělo být nejméně 50. Thurston sám při vytváření škály pracoval s 300 posuzovateli. Výroky se zaznamenávají na kartičky a úkolem expertů je rozřadit je do stanoveného počtu kategorií, kdy vzdálenosti mezi jednotlivými kategoriemi jsou stejné. Obvykle se používá 11 kategorií, při-

čemž počet kategorií musí být vždy lichý. Nejméně může být kategorií 7, ale pro nejpřesnější (nejcitlivější) odlišení se doporučuje 11 kategorií. Kategorie představují možnosti, kdy většinou 1., 2., 3. a 4. kategorie se vztahuje k pozitivním výrokům, 5., 6. a 7. kategorie k neutrálním výrokům a zbývající 8., 9., 10. a 11. kategorie k záporným výrokům. Posuzovatelé každý výrok podle svého cítění zařadí do jedné z těchto 11 kategorií a my pro každý výrok zaznamenáváme, jak se umístil u toho kterého posuzovatele.

3. Výpočet škálových hodnot pro jednotlivé výroky. Výsledky třídění expertů se shrnou do tabulky a vypočítá se škálová hodnota každého výroku. Jako příklad si uvedeme výpočet škálových hodnot u jednoho konkrétního výroku, který si označíme jako výrok X. Tento výrok hodnotilo celkem 150 posuzovatelů jeho umístěním do 11 kategorií. Umístění výroku X v jednotlivých kategoriích ukazuje tab. č. 3, kde f je četnost posuzovatelů, kteří daný výrok zařadili do té které kategorie, p je relativní četnost, čili procentuální vyjádření řádku f a cp je kumulativní četnost (tj. součet hodnot řádku p).

Tabulka 3 Zařazení výroku X do jednotlivých kategorií (převzato z Janoušek, 1986)

Výrok X	**Kategorie**										
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**	**11**
f	50	30	24	17	19	7	3	-	-	-	-
p	0,33	0,20	0,16	0,11	0,13	0,05	0,02				
cp	0,33	0,53	0,69	0,80	0,93	0,98	1,00				

Stejným způsobem bychom postupovali u všech zbývajících výroků, které jsme posuzovali. Dále musíme vypočítat tzv. škálovou hodnotu. Někdy se používá průměr, avšak Břicháček (1978) doporučuje používat medián, kte-rý není ovlivňován extrémními hodnotami nebo asymetrickým rozložením dat. Medián se vypočítá dle vzorce:

$$Me = u + \frac{0{,}50 - cp_u}{p_i}$$

kde u je spodní hranice intervalu, ve kterém leží medián, cpu je relativní frekvence hodnot ležících pod intervalem ve kterém leží medián (řádek cp) a pi je relativní frekvence hodnot v intervalu, v němž leží medián (řádek p). Konkrétně, kdybychom se přidrželi našeho příkladu a dosadili hodnoty dle tab. č. 3, medián pro výrok X by byl

$$Me_X = 1 + \frac{0{,}50 - 0{,}33}{0{,}20} = 1 + 0{,}85 = 1{,}85$$

Kdybychom např. měli jiné hodnoty, viz tab. č. 4, zobrazující rozčlenění do jednotlivých kategorií pro výrok Y, změní se přirozeně i hodnota mediánu.

Tabulka 4 Zařazení výroku Y do jednotlivých kategorií (převzato z Janoušek, 1986)

Výrok Y	Kategorie										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
f	11	19	10	15	26	5	25	10	29	-	-
p	0,07	0,13	0,07	0,10	0,17	0,03	0,17	0,07	0,19		
cp	0,07	0,20	0,27	0,37	0,54	0,57	0,74	0,81	1,00		

V tomto případě by hodnota mediánu byla

$$Me_Y = 4 + \frac{0{,}50 - 0{,}37}{0{,}17} = 4 + 0{,}756 = 4{,}756$$

Tímto způsobem získáme škálové hodnoty (resp. hodnoty mediánu) pro jednotlivé výroky a na jejich základě můžeme následně výroky mezi sebou vzájemně porovnávat.

4. Výběr položek pro definitivní škálu. Cílem této etapy je zjistit, jaká je spolehlivost výroků, tzn. jaká je jejich variabilita. Výběr položek pro definitivní škálu provádíme na základě výpočtu variability jednotlivých polo-žek. Variabilitu položek vyjadřujeme tzv. kvartilovým rozpětím Q. Výpočet variability je de facto výpočtem rozdílu mezi kvartilovými hodnotami Q1 a Q3, které oddělují první čtvrtinu případů od druhé a třetí čtvrtinu případů od čtvrté. Výpočet provádíme analogicky jako při výpočtu mediánu. Pro první kvartil našeho výroku X by platilo

$$Q_1 = 0 + \frac{0{,}25 - 0}{0{,}33} = 0{,}758$$

Analogicky pak vypočteme hodnotu pro třetí kvartil výroku Y

$$Q_3 = 3 + \frac{0{,}75 - 0{,}69}{0{,}11} = 3 + 0{,}545 = 3{,}545$$

Výsledné kvartilové rozpětí Q pro výrok X vypočítáme jako

$$Q = Q_3 - Q_1 = 3{,}545 - 0{,}758 = 2{,}787$$

Pro výrok Y, pokud bychom chtěli dát srovnávací příklad, vyjde kvartilové rozpětí Q = 4,429. Obecně platí, že čím vyšší hodnotu Q pro daný výrok obdržíme, tím méně daný výrok diskriminuje. Výroky s nejvyšší variabilitou jsou špatné a musíme je tedy vyřadit. Je to logické, jestliže daný výrok byl různými posuzovateli nezávisle zařazen rovnoměrně do všech 11 kategorií, znamená to, že tento výrok není citlivý, protože si ho člověk může vykládat tak i onak. Čili příliš vysoká variabilita výrok diskvalifikuje z možnosti, aby něco vypovídal o postojích respondenta.

5. Volba formy předkládání hotové škály dotazovaným osobám. Tato etapa zahrnuje vytváření hotové (definitivní) škály. Thurstonova škála se jmenuje škála stejně se jevících intervalů z toho důvodu, že za pomoci výše uvedených výpočtů získáme v ideálním případě metodu, kdy mezi jednotlivými stupni škály, vyjádřenými jejich středními hodnotami, jsou stejné vzdálenosti. Tzn., že pokles pozitivnosti postoje mezi škálovou hodnotou 1 a 2 je stejný jako mezi 2 a 3 atd. Ne vždy se to však takto přesně podaří. Pokud se to povede, tak z výroků, které nám zůstaly, vytvoříme škálu, která obsahuje 5 až 9 bodů se stejnými intervaly mezi sebou, tzn., zúžíme oněch původních 11 kategorií na 5 nebo 9 kategorií. Čili sestavíme škálu, která obsahuje 5 - 9 bodů se stejnými intervaly mezi sebou a každý z těch-to bodů je popsán příslušným výrokem. Ze všech možných výroků vybereme jen ty nejlepší, a ty potom přiřadíme k příslušné kategorii resp. bodu škály, kde je umístilo maximum posuzovatelů. Respondentům předkládáme škálu s následující instrukcí: „Jestliže váš postoj nejlépe vyjadřuje výrok 1, pak zaškrtněte číslo 1. Jestliže váš postoj nejlépe vyjadřuje výrok číslo 2, zaškrtněte číslo 2. ... “ Postoj tedy měříme tím způsobem, že respondent se přiřadí k nějakému již vyzkoušenému výroku, který jasně reprezentuje určitou část škály. Samozřejmě kdybychom veškerých např. 50 výroků zredukovali jen na 7, tak se hrozně šidíme. Typičtější proto bývá, že těch výroků, které se přiřazují k jednotlivým bodům škály, při snaze zachovat stejné vzdálenosti mezi intervaly, použijeme více, ale dáme je na přeskáčku.

3.7.3 Metoda sumovaných odhadů

Tato je metoda je spojena se jménem R. Likerta, někdy se jí také proto říká **Likertova škála**. Na přípravu je o něco méně pracná než Thurstonova škála. Likert (in Janoušek, 1986) vychází ze snahy oklasifikovat jednotlivé ukazatele postoje, nejčastěji verbální projevy, které patří ke zkoumanému postojovému universu. Jejich prostou sumací můžeme poté ohodnotit postoj daného jedince. Metoda v praxi vypadá tak, že získáme odpovědi jedince na řadu položek, které jsou ukazatelem postoje k určitému objektu. Tyto odpovědi bývají obvykle odstupňovány

na tří až pěti bodové škále. Jednoduchým sečtením bodů dosažených na škále, kterou hodnotíme jednotlivé odpovědi, získáme skór, který nám udává postavení jednice na kontinuu, na němž postoj měříme.

Likert (in Janoušek, 1986) postup vytváření škály rozděluje na čtyři kroky:

1. Výběr vhodných položek. Pro výběr položek, které jsou většinou formulovány jako otázky, nejsou stanovena žádná kritéria. Není však od věci řídit se následujícími doporučeními:

   a) je třeba vybrat daleko více položek, které většinou formujeme jako otázky, než je nutné ke konstrukci vlastní škály, doporučený poměr je 4 : 1;
   b) otázky mají být formulovány tak, aby vypovídaly spíše o postojích respondenta než o faktech;
   c) tvrzení mají být vybírána tak, aby pokud možno osoby s různými postoji vypovídaly různě;
   d) otázky se mají formulovat tak, aby vypovídaly o současném po-stoji respondenta;
   e) otázky by měly být jednoznačné;
   f) polovina tvrzení má být vybrána tak, aby představovala tvrzení záporná, druhá polovina má vyjadřovat tvrzení kladná.

2. Sestavení škály alternativ. Škálu alternativ vypracujeme pro všechna shromážděná tvrzení, o nichž se domníváme, že patří ke sledovanému universu. Můžeme zvolit škálu se třemi, pěti případně sedmi hodnotami. Většinou se používá pětibodová škála, jejíž jednotlivé body jsou určeny číselným kvantifikátorem a verbálně popsány. Např. silně souhlasím (5), souhlasím (4), nevím (3), nesouhlasím (2) a silně nesouhlasím (1).

   Při skórování položek pak postupuje tak, že každé položce přiřadíme čísel-ný kvantifikátor, který označuje míru souhlasu s danou položkou. U kladných položek hodnotíme nejvyšší míru souhlasu na pětibodové škále pěti body, u záporných položek hodnotíme nejvyšší míru souhlasu jedním bodem.

3. Shromáždění odpovědí. Připravené výroky dáme zhodnotit velkému počtu posuzovatelů. Dotazovaných osob by mělo být alespoň 200. Každý z posuzovatelů každý z výroků oklasifikuje, a to tím způsobem, že vyjadřuje přímo svůj postoj, resp. souhlas s tím kterým výrokem. Za silný souhlas je 5 bodů, za silný nesouhlas je 1 bod atd. Tab. č. 5 ukazuje příklad, ve kterém se pracuje s 300 posuzovateli, kteří hodnotili na pětibodové škále výrok X.

Tabulka 5 Hypotetická data získaná od souboru 300 lidí (převzato z Janoušek, 1986)

Výrok X	Silně	Nesouhlasím	Nevím	Souhlasím	Silně

	nesouhlasím				souhlasím
f	25	63	54	120	38
p	0,083	0,210	0,180	0,400	0,127
cp	0,083	0,293	0,473	0,873	0,127
Me	0,042	0,188	0,383	0,673	0,936
z	-1,728	-0,885	-0,298	0,448	1,522
H = z + 1,721	0,000	0,843	1,430	2,176	3,250
zaokrouhleno	0	1	1	2	3

f – četnost
p – relativní četnost
cp – kumulativní součet relativních četností
Me – medián, tj. střední hodnota jednotlivých kumulativních četností

Medián se vypočítá podle vzorce

$$Me_X = cp_{x-1} + \frac{p_x}{2},$$

kde cp_{x-1} je relativní frekvence případů, které leží pod sledovanou kategorií a px je relativní frekvence případů, které leží v rámci sledované kategorie. Pro větší názornost provedeme výpočet mediánu pro kategorii „Nesouhlasím“. Ve čtvrtém řádku tabulky jsou uvedeny z-skóry. V pátém řádku ta-bulky jsme škálu upravili tak, aby její negativní pól měl nulovou hodnotu. Požadovanou úpravu provedeme tak, že k hodnotám z-skóru přičteme nejvyšší hodnotu z-skóru se záporným znaménkem. V našem případě budeme přičítat hodnotu 1,728, protože -(-1,728) = 1,728. Pořadí jednotlivých osob na škále stanovíme tak, že sečteme škálové hodnoty jednotlivých výroků podle toho, jak je jednotlivá osoba posoudila.

4. Určení diskriminační síly položek. Nejlépe diskriminují položky, které se rozloží na všech pět kategorií. Jestliže se nám výrok kumuluje kolem jedné jediné kategorie, je jasné, že všichni lidé s daným výrokem buď silně souhlasí, či nesouhlasí apod. Tzn., když někomu předložíme takovýto výrok, tak se toho moc o jeho postoji nedozvíme, protože respondent se v něm nebude nijak odlišovat od druhých lidí. Málo diskriminující položky jsou tedy ty, u nichž se odpovědi posuzovatelů kumulují kolem jedné kategorie. Diferenciační koeficient nám může ukázat, jakou mají jednotlivé položky diferenciační schopnost. Výpočet diferenciačního koeficientu je velmi jednoduchý. Z celkového počtu posuzovatelů vybereme 25% osob s

nejnižším a 25% osob s nejvyšším skórem. Diferenciační koeficient vypočteme odečte-ním sumy nepříznivé skupiny k dané položce od sumy příznivé skupiny. Pro větší názornost si uvedeme příklad. Tab. č. 6 obsahuje údaje od 100 fiktivních posuzovatelů a 10 položek postojové škály.

Tabulka 6 Příklad výpočtu koeficientu diferenciace (převzato z Janoušek, 1986)

	Číslo položky									
	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Suma příznivé skupiny	89	54	58	108	99	123	63	112	103	58
Suma nepříznivé skupiny	59	50	39	44	39	56	59	35	42	37
Koeficient diferenciace	30	4	19	64	60	67	4	77	61	21
Pořadí dle diferenciace	6	9–10	8	3	5	2	9–10	1	4	7

Čím je koeficient diferenciace vyšší, tím je položka vhodnější. Čili nejvhodnější by byly položky číslo 4, 5, 6, 8 a 9, příp. položka číslo 1, nejméně vhodné by byly položky číslo 2, 3, 7, a 10. Tímto způsobem získáme položky, z nichž sestavíme výslednou škálu. A nakonec pouhým sečtením hodnot dostaneme sumární číslo, které vyjadřuje míru postoje daného člověka k určitému objektu.

V literatuře se dále můžeme setkat např. se škálogramovou analýzou, jejímž autorem je L. H. Guttman, či metodou vytváření kombinované diskriminační škály autorů A. L. Edwardse a F. P. Killpatricka.

3.8 Persuaze

Jako **persuasi** (přesvědčování) označujeme cílevědomou snahu o změnu něčího postoje. S prvky persuaze se setkáváme i v bezprostřední komunikaci. Dle Laswella (1948), pokud chceme porozumět persuasi a predikovat úspěšnost toho, když se jeden člověk pokouší změnit postoj druhého člověka, musíme v prvé řadě znát kdo, komu, co a skrze jaký informační kanál sděluje a s jakým výsledkem. Hovland a Janis (1959) říkají, že je třeba studovat: (1) zdroj persuasivní komunikace (odpovídá na otázku „Kdo?“), (2) vlastní sdělení resp. zprávu (odpovídá na otázku „Co?“), (3) příjemce tohoto sdělení (odpovídá na otázku „Komu?“), (4) situaci resp. kontext. Aristotlés stanovil tři základní komponenty persuaze již před více jak 2 000 lety. Ve své „Rétorice“ specifikoval tři hlavní komponenty procesu persuaze. Mezi tyto komponenty patří:

a) mluvčí,

b) subjekt řeči,
c) posluchač, jemuž je řeč adresována.

Aristotelés rovněž identifikoval tři elementy nezbytné pro přesvědčení publika. Mezi tyto elementy patří:

a) apel na emoce (pathos
b) apel na rozum (logos)
c) charizma (ethos)

Mezi možná snad nejdůležitější charakteristiky zdroje zprávy patří věrohodnost a sympatičnost. Zdroj je člověk, který předává zprávu. Zdroj může být buď důvěryhodný, nebo nedůvěryhodný. Zdroj může podnítit změnu postoje v určitých situacích, ale v jiných ne (viz např. sportovci v reklamách na sportovní oblečení vs. sportovci v reklamách na výrobky nesouvisející se sportem). Vliv důvěryhodnosti řečníka se často zkoumal. P. o. např. četli řeč obhajující vývoj jaderných ponorek. Náhodně jim bylo řečeno, že autorem je buď známý fyzik, nebo novinář ze SSSR. P. o. sdělovaly své postoje k tématu řeči před, bezprostředně a měsíc po přečtení. Bezprostředně po přečtení nejvíce ovlivňoval postoj důvěryhodnější zdroj. Měsíc po přečtení efekt méně důvěryhodného zdroje vzrostl. Po určité době bylo procento změny postoje pro oba zdroje stejné. Tzv. **efekt spáče** (angl.. sleeper effect), kdy lidé časem oddělí vlastní zprávu od zdroje, pamatují si zprávu, ale nepamatují si, kdo jim ji předal (Baumeister, Bushman, 2011).

Byly identifikovány dvě charakteristiky, které činí zdroj věrohodným (Baumeister, Bushman, 2011):

a) **odbornost** – jak moc toho zdroj ví,
b) **důvěryhodnost** – zda zdroj upřímně říká, to co ví.

Expert nás může ovlivnit, protože předpokládáme, že ví, o čem mluví, ale nemůže nás přesvědčit, pokud mu nevěříme. Zdatní řečníci bývají pokládáni za věrohodné. Méně přesvědčivá řeč, obsahující řadu distancování se („Nejsem expert, ale …“), ztrácí věrohodnost a je méně účinná při snaze o ovlivnění. Přesvědčují nás zdroje, které se nám líbí a které máme rádi. Dva zdroje, ovlivňující to, zda se nám někdo líbí, jsou **podobnost** a **fyzická atraktivita**. Na University of California byla provedena studie, kdy studenti četli řeč obhajující testy studijních předpokladů (dvě řeči – silná a slabá, plus autor byl buď ze stejné, nebo jiné univerzity). Ukázalo se, že to, zda řeč byla hodnocena jako přesvědčivá nebo nepřesvědčivá souviselo s tím, z které univerzity domnělý autor pocházel. Fyzická atraktivita vzbuzuje pozitivní reakce, viz haló efekt (Hogg, Vaughan, 2011).

Existují dva přístupy jak prezentovat persuazivní zprávu. Buď můžeme prezentovat holá fakta, nebo apelovat na emoce. Který přístup je lepší? Vzdělaní analyticky uvažující lidé jsou více přístupní argumentům založeným na logice. Emoční reakce jsou také velmi efektivní. Věděl to již Aristotelés a současné výzkumy mu dávají za pravdu. Lidé v dobře naladění jsou ovlivnitelnější než lidé se špatnou náladou. V

jedné studii ovlivnitelnost narůstala s tím, když studenti jedli lískové ořechy a pili limonádu, zatímco si četli persuazivní zprávu (Janis, Kaye, Kirschner, 1965). Jeden ze způsobů, jak dostat obecenstvo do dobré nálady je humor. 40% všech reklam obsahuje humor (Unger, 1996). Dle výzkumů věnují lidé více pozornosti humorným zprávám než seriózním (Duncan, Nelson, 1985). Humor rovněž činí zdroj informací sympatičtější (Gruner, 1985). Na druhé straně si lidé sice zapamatují, že zpráva byla vtipná, ale zapomenou, o čem byla (Cantor, Venus, 1980).

Stejnou službu nám může prokázat strach. Podle Hovlanda (1949) hrůzu nahánějící zpráva zvýší arousal, pozornost a porozumění zprávě, což vyústí ve změnu postoje. Změna postoje má pak funkci posílení, protože redukuje strach. Janis a Feshbach (1953) provedli studii o efektu strachu na postoje k péči o chrup. Obě skupiny slyšely stejné základní informace o zubním kazu, řeč se však lišila v množství strachu, které vzbuzovala. Výsledky ukázaly, že k výraznější změně postojů došlo u skupiny, u níž byl navozen menší strach. Velký strach může vést spíše k defenzivním reakcím. Podle Janise má vzájemný vztah mezi strachem a změnou postoje tvar převráceného písmene U. Strach má persuazivní potenciál, pokud neparalyzuje publikum, ale pokud si publikum uvědomuje nebezpečí a je mu řečeno, jak se tomuto nebezpečí vyhnout. Metaanalýza 105 studií s celkem 18 000 participanty zjistila, že přesvědčování strachem je nejefektivnější, pokud se lidé cítí hrozbou zranitelní (De Hoog, Stroebe, De Wit, 2007). Zjistilo se třeba, že psané varování doprovázené obrázkem je 60x účinnější v tom, aby kuřáky přimělo skončit s cigaretou, než pouze psaný text.

Lidé očekávají, že budeme argumentovat ve svůj prospěch a jsou překvapeni, argumentujeme-li proti svým zájmům. Této praxi se říká stealing thunder. Byla provedena studie simulující porotu (De Hoog, Stroebe, De Wit, 2007) a tato studie prokázala existenci tohoto efektu. Celkem tři skupiny: (a) „No-thunder“ skupina, která nevěděla o dřívějším provinění souzeného, (b) „Thunder“ skupina, která se dozvěděla o dřívějším provinění od prokurátora a „Stealing thunder“ skupina, která se dozvěděla o dřívějším provinění obviněného od advokáta. Přesvědčení o vině souzeného bylo paradoxně nejnižší u poslední skupiny. Stejný mechanismus se uplatňuje i v reklamách, viz např. „Avis, We’re Number 2“, nebo „L’Oreal: Expensive“ apod.

Dalším důležitým faktorem je, jakým způsobem je zpráva sdělena. Zda je prezentována pouze jedna strana mince nebo obě. Jednostranné zprávy jsou více efektivní u méně vzdělaného publika, nebo pokud má publikum již utvořen vlastní postoj k dané věci. Viz např. negativní politická kampaň, kdy dle výzkumů mnoho voličů neschvaluje negativní kampaň a politici zase často prohlašují, že se zdrží kritiky oponenta. Většina kampaní je však přesto vedena právě negativní reklamou. Participanti v jedné studii posuzovali buď pozitivní, nebo negativní volební kampaně. Pokud byly obě kampaně negativní, participanti posuzovali oba kandidáty více negativně (Budesheim, Houston, DePaola, 1996). Negativní kampaň rovněž odrazuje lidi od toho jít k volbám. Účelem negativní kampaně není získat hlasy, ale redukovat počty voličů protistrany.

Často jsou persuazivní zprávy opakovány. Výzkumy potvrdily, že opakování reklam ovlivňuje jejich zapamatování. Záleží však na výchozím postoji k produktu – pokud je neutrální nebo pozitivní vede opakování k většímu ovlivnění. Nelze to však s opakováním přehánět, protože pak dochází k tzv. **opotřebování reklamy** (angl.. advertisement wear-out). Jednou z cest, jak zabránit opotřebování, je opakování reklamy s variací, viz např. reklama na baterie Energizer.

Charakteristiky publika nelze ignorovat. Některé lidi lze přesvědčit snáze než ostatní. Zrovna tak určitá technika persuaze funguje u jedněch lépe nuž u druhých. Studie dokazují, že inteligentní vojáky lze lépe přesvědčit oboustrannými argumenty, než jednostrannými. McGuire (1968) vytvořil model persuaze, který zohledňuje procesy jako přístupnost a poddajnost. **Přístupnost** znamená, zda jste obdrželi zprávu (Věnovali jste jí pozornost? Rozuměli jste jí?). **Poddajnost** znamená, zda jste zprávu akceptovali (Věřili jste jí? Byli jste jí přesvědčeni?). McGuire zjistili, že publikum s vysokým sebevědomím je přístupné, protože si je jisto ve svých výchozích pozicích, avšak není poddajné, protože je spokojeno se svými stávajícími postoji.

Rovněž zjistil, že obecenstvo s vysokou inteligencí je přístupné, protože má větší rozsah pozornosti a lépe chápe argumenty, nejsou však poddajní, protože si jsou svými existujícími postoji jisti. Lidé s průměrnou inteligencí a sebevědomím jsou nejsnáze ovlivnitelní. Mnoho lidí je mentálně líných. Lidé s vysokou potřebou poznání rádi přemýšlejí, analyzují situace a řeší problémy. Výzkumy naznačují, že lidé s vysokou mírou potřeby poznání lze lépe přesvědčit silnými argumenty (Baumeister, Bushman, 2011). Lidé s vysokou mírou sebekontroly a plachosti si velmi potrpí na tom, jaký mají obraz na veřejnosti. Persuazivní zprávy, které obsahují jména známých značek a módní produkty, mají na tyto lidi velký vliv. V jedné studii dávali lidé s vysokou mírou sebekontroly inzerátům zaměřeným na image („Můžete vidět rozdíl …“) vyšší rating než inzerátům zaměřeným na kvalitu („Můžete cítit rozdíl …“). V jiné studii zase lidé s vysokou mírou sebevědomí hodnotili arašídové máslo, které jedli (Bushman, 1993). Máslo bylo stejné, lišil se pouze obal. Arašídové máslo v obalu, který vypadal luxusněji, pak bylo hodnoceno jako chutnější.

Vztah mezi věkem a persuazí má tvar U-křivky. Rovněž adolescenti a mladí lidé jsou snadno ovlivnitelní. Byla provedena studie celkem 2 500 dospělých Američanů v období 1956 – 1980 (Krosnick, Alwin, 1989). Co 4 roky podstoupili anketu na postoje. Postoje se nejvíce měnily mezi 18 – 25 rokem věku, velmi málo pak ve věku 34 – 83 let. Jiná studie, 8 500 ve věku 60 – 80 let, postoje se nejvíce měnili u těch nejstarších (Visser, Krosnick,1998). Jsou-li postoje utvořeny v mladém věku, jsou v čase stabilní. Viz klasická studie politických postojů žen na Bennington College ve Vermontu (1935-1939), kterou realizoval Newcomb (1943). Konzervativní postoje vs. liberální postoje. Postoje měřeny po 25 letech (Newcomb, Koenig, Flacks, Warwick, 1967) a po 50 letech (Alwin, Cohen, Newcomb, 1991).

Lidé jsou obecně lépe ovlivnitelní zprávami, o kterých se domnívají, že nebyly k tomuto účelu stvořeny. Tohoto triku někdy využívají reklamy. Podle výzkumu jsou

reklamy, které nemají závěr, více persuazivní (Kardes, 1988). Zdá se, že lidé jsou více ovlivněni reklamou, pokud si mohou závěr udělat sami. Na tomto principu funguje i tzv. **product placement** (PP) ve filmech. Odvedení pozornosti nám může pomoci zabránit člověku, aby uvažoval o protiargumentech. Odvedení pozornosti není vždy ku prospěchu věci, např. pokud máme dobré argumenty.

Persuaze se může dít cestou vědomého zpracování, tzv. **centrální cesta** (angl.. central route resp. systematic processing). Důležitý je zde obsah zprávy. Nebo se může dít tzv. **periferní cestou** (angl.. peripheral route resp. heuristic processing), kdy se uplatňuje např. atraktivita zdroje atp. (Baumeister, Bushman, 2011). Když osoba obdrží persuazivní zprávu, je důležité, zda je připravena zpracovat tuto zprávu. Podstatné je, jaký osobní význam daná osoba této zprávě připisuje. Centrální cesta přesvědčování hodně závisí na znalostech. U lidí, kteří nejsou motivovaní nebo nemohou kognitivně zpracovat persuazivní zprávu, je lépe požít periferní cestu.

Shrnutí

Postoje byly po mnoho let ve středu zájmu sociálních psychologů. Byly pojímány jako nejdůležitější pojem v sociální psychologii. Definice postoje obecně vycházejí z toho, že jde o trvalé, obecné hodnocení sociálně významných objektů. Někteří zdůrazňují, že postoje jsou relativně trvalou organizací přesvědčení a tendence chovat se určitým způsobem k sociálním objektům. Postoje byly studovány převážně z kognitivního hlediska. Teorie rovnováhy a teorie kognitivní disonance naznačují, že se lidé snažili být vnitřně konzistentní ve svých postojích a přesvědčeních. Souvislost mezi postoji a chováním je stále zdrojem sporů. Zdánlivě špatná prediktivní síla psootjů vedla ke ztrátě důvěry v koncept postoje jako takového. Další proměnné, které ovlivňují chování, jsou normy. Predikci chování z postoje lze částečně zlepšit tím, že se zohlední další porměnné – situační a osobnostní faktory. Postojům se učíme. Mohou být tvořeny přímou zkušeností, kondicionováním, pozorováním a kresbou závěrů z vlastního chování (sebepozorování). Rodiče a hromadné sdělovací prostředky jsou silnými zdroji učení se postojům. Hodnota je koncept vyššího řádu, který může hrát vedoucí a organizační roli ve vztahu k postojům. Měření postojů je důležité a obtížné. Tradiční stupnice postojů z třicátých let se v dnešní době používají méně. Zatímco formát odpovědí je stále založen na staré Likertově škále, data jsou analyzována sofistikovanými statistickými programy. Pro měření postojů byla použita i řada fyziologických a behaviorálních indexů, explicitních i implicitních. Výzkumy persuaze se zaměřují na tři druhy faktorů: zdroj zprávy (kdo), samotná zpráva (co) a publikum (komu). Důležitou proměnnou na straně komunikátora je důvěryhodnost zdroje. Persuazivně působí zprávy založené na strachu. Byl objeven

tzv. efekt spáče, podle něhož některé zprávy dosahují svého persuazivního účinku teprve po uplynutí času. Dvě důležité oblasti každodenního života, které používají principy persuaze, jsou reklama a politická propaganda.

Pojmy k zapamatování

Přesvědčení informace o něčem, fakta nebo názory

Postoj globální hodnocení k určitému objektu nebo problému

Duální postoje odlišné hodnocení stejného postojového objektu, implicitní a explicitní postoj

Implicitní postoje automatické nevědomé hodnotící reakce

Explicitní postoje kontrolované vědomé hodnotící reakce

Efekt pouhého vystavení tendence lidí oblíbit si věci jen proto, že je vidí nebo se s nimi opakovaně setkávají

Persuaze pokus o změnu postoje člověka

Zdroj osoba, která doručuje zprávu

Efekt spáče zjištění, že lidé časem oddělují zprávu od zdroje

Odbornost kolik toho zdroj o dané věci ví

Důvěryhodnost zda zdroj upřímně říká, to co ví

Stealing thunder odhalení potenciálně nebezpečných informací na začátku, aby se snížil jejich škodlivý dopad

Opotřebování reklamy nepozornost a podráždění, které se vyskytuje u publika, které narazilo na stejnou reklamu již mnohokrát

Opakování s variací opakování stejné informace, ale v měnícím se formátu

Centrální cesta persuaze způsob přesvědčování, který zahrnuje pečlivě promyšlený obsah zprávy (vědomé zpracování)

Periferní cesta persuaze způsob přesvědčování, který zahrnuje některé zjednodušené postupy, jako je třeba přitažlivost zdroje

Cvičení

Centrální cesta přesvědčování zdůrazňuje obsah zprávy pomocí logických argumentů k přesvědčení. Je to pravda?

Postoje nemusí nutně souviset s chováním. Je toto tvrzení pravdivé?

Začínat slabým argumentem namísto silného argumentu se zdá, že následující argumenty jsou slabší.

Kontrolní otázky

1. To, co děláme, ne vždy vyplývá z toho, co si myslíme. Proč tomu tak je?

2. Zamysltete se nad významem přístupnosti a síly postojů.

3. Jak se učíme postojům?

4. Jaké jsou souvislosti mezi postoji, hodnotami a ideologií. U každého uveďte příklad.

5. Jaké existují různé druhy postojů a na čem jsou založeny?

6. Jak mohou vnější faktory, jako je sociální vliv a vnitřní faktory, jako jsou emoce, změnit postoje?

7. Za jakých podmínek pedikují postoje chování?

Korespondenční úkol

Porovnejte a dejte do kontrastu centrální cestu a periferních cestu přesvědčování a ukažte příklad každou z nich. Napište na toto téma esej.

Literatura

(1) Ajzen, I., Fishbein, M. Attitude–behaviour relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*. Washington: APA, 1977, 84, 888–918. ISSN 0033-2909.

(2) Alwin, D. F., Cohen, R. L., Newcomb, T. L. *Political attitudes over the life span*. Madison: University of Wisconsin Press, 1991. 452. ISBN 978-0299130145.

(3) Allport, G. W. Attitudes. In C.M. Murchison (Ed.) *Handbook of Social Psychology*. Worchester, MA: Clark University Press, 1935, 798-844.

(4) Baumeister, R. F., Bushman, B. J. *Social psychology and human nature*. Belmonst: Wadsworth, 2011. 832. Edice, 7. ISBN 978-0-495-60133-3.

(5) Budesheim, T. L., Houston, D. A., DePaola, S. J. The persuasiveness of in-group and out-group political messages: The case of negative political campaigning. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1996, 70, 523–534. ISSN 0022-3514.

(6) Bushman, B. J. (1993). What's in a name? The moderating role of public self-consciousness on the relation between brand label and brand preference. *Journal of Applied Psychology*. Washington: APA, 1993, 78, 857–861. ISSN 0021-9010.

(7) De Hoog, N., Stroebe, W., De Wit, J. B. F. The impact of vulnerability to and severity of a health risk on processing and acceptance of fear-arousing communications: A meta-analysis. Review of General Psychology. Washington: APA, 2007, 11(3), 258–285. ISSN 1089-2680

(8) Duncan, C. P., Nelson, J. E. Effects of humor in a radio advertising experiment. *Journal of Advertising*. Abingdon-on-Thames: Routledge, 1985, 14, 33–40, 64. ISSN 0091-3367.

(9) Greenwald, A. G., McGhee, D. E., Schwartz, J. K. L. Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1998, 74, 1464–1480. ISSN 0022-3514.

(10) Gross, R. *Psychology: The Science of Mind and Behaviour*. Edice, 6. London: Hodder Education, 2010. 912. ISBN 978-1444108316.

(11) Gruner, C. R. Advice to the beginning speaker on using humor: What the research tells us. *Communication Education*. Abingdon-on-Thames: Taylor & Francis, 1985, 34, 142–147. ISSN 0363-4523.

(12) Hogg, M. A., Vaughan, G. M. *Social psychology*. London: Pearson, 2011. 763. Edice, 6. ISBN 978-0273741145.

(13) Hovland, C. I., Sears, R. Minor studies of aggression: Correlation of lynchings with economic conditions. *Journal of Psychology*. Abingdon-on-Thames: Taylor & Francis, 1940, 9, 301–310. ISSN 0022-3980.

(14) Hovland, C. I., Weiss, W. The influence of source credibility on communication effectiveness. *Public Opinion Quarterly*. Oxford: Oxford University Press, 1951, 15, 635–650. ISSN 0033-362X.

(15)Janis, I. L., Kaye, D., Kirschner, P. Facilitating effects of “eating-while-reading” on responsiveness to persuasive communications. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1965, 1(2), 181–186. ISSN 0022-3514.

(16)Janis, I. L., Feshbach, S. Effects of fear-arousing communications. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. Washington: APA, 1953, 48, 78–92. ISSN 0021-843X.

(17)Janoušek, J. a kol. *Metody sociální psychologie*. Praha: SPN, 1986. 256.

(18)Kardes, F. R. Spontaneous inference processes in advertising: The effects of conclusion omission and involvement on persuasion. *Journal of Consumer Research*. Oxford: Oxford University Press, 1988, 15, 225–233. ISSN 0093-5301.

(19)Katz, D. The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*. Oxford: Oxford University Press, 1960, 24, 163–204. ISSN 0033-362X.

(20)Krech D., Crutchfield R. S., Ballachey E. L. *Človek v spoločnosti. Základy sociálnej psychológie*. Bratislava: Vydavatelstvo Slovenskej akadémie vied, 1968. 629.

(21)Krosnick, J. A., Alwin, D. F. Aging and susceptibility to attitude change. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1989, 57(3), 416–425. ISSN 0022-3514.

(22)McGuire, W. J. Personality and susceptibility to social influence. In E. F. Borgotta, W. W. Lambert (Eds.) *Handbook of personality theory and research*. Chicago: Rand McNally, 1968, 1130–1187. ISBN 978-1572304833.

(23)Newcomb, T. L. Personality and social change: Attitude formation in a student community. New York: Dryden Press, 1943. 236. ISBN 978-1258368470.

(24)Newcomb, T. L., Koenig, K. E., Flacks, R., Warwick, D. P. Persistence and change: Bennington College and its students after 25 years. New York: Wiley, 1967. 302. ISBN 978-0471633808.

(25)Rokeach, M. Beliefs, Attitudes and Values. San Francisco: Jossey-Bass, 1968. 230. ISBN 978-0875890135.

(26)Unger, L. S. The potential for using humor in global advertising. *Humor*. 1996, 9,143–168. ISSN 0933-1719.

(27)Visser, P. S., Krosnick, J. A. Development of attitude strength over the life cycle: Surge and decline. *Journal of Personality and Social Psychology.* Washington: APA, 1998, 75(6), 1389–1410. ISSN 0022-3514.

(28)Výrost, J., Slaměník, I. *Sociální psychologie*. Praha: Grada, 2008. 416. Edice, 2. ISBN 978-80-247-1428-8.

(29)Wilson, T. D., Lindsey, S., Schooler, T. Y. (2000). A model of dual attitudes. *Psychological Review*. Washington: APA, 2000, 107, 101–126. ISSN 0033-295X.

4 Sociální skupiny

Cíl kapitoly

Po nastudování této kapitoly byste měli být schopni:

- *Charakterizovat povahu lidských skupin.*
- *Rozumět vlivu skupiny na výkon jednotlivce.*
- *Umět vysvětlit pojem sociální facilitace.*
- *Chápat negativní dopad skupiny na výkon jednotlivce, tzv. společenské inhibice.*
- *Popsat faktory soudržnosti skupiny.*
- *Dokázat vysvětlit, jak ve skupině probíhá socializace.*
- *Objasnit význam a funkci skupinových norem.*
- *Vyznat se ve struktuře skupiny, tj role, status a skupionová komunikační síť.*

Klíčová slova

Koheze, komunikační síť, skupina, socializace, skupinová struktura, normy, Ringelmannův efekt, role, sociální facilitace, sociální inhibice, status, prestiž, stereotyp.

Průvodce studiem

Nejprve si rychle ji projděte celou kapitolu, abyste získali představu o hlavních tématech. Pozorně si přečtěte souhrn, který je uveden na konci kapitoly. Napadnou vás otázky, na které najdete odpověď po přečtení celé kapitoly. Potom si kapitolu pozorně přečtěte. Při čtení se pokuste nalézt odpověď na otázky, které jste si položili. Pokuste se najít souvislosti mezi probíranou látkou a tím, co již víte. Po přečtení kapitoly se snažte vzpomenout si na hlavní myšlenky. Tento postup vám napomůže odhalit mezery ve vašich vědomostech a pomůže vám uspořádat si informace.

4.1 Co je to skupina?

Po celý svůj život se lidé pohybují v různých skupinách. Většinu činností, kterým se věnujeme, se uskutečňují v rámci určité skupiny. Skupiny do značné míry určují lidi, které jsme, a druhy životů, které žijeme. Výběrové komise, poroty, komise a vládní

orgány ovlivňují to, co děláme, kde žijeme a jak žijeme. Skupiny, ke kterým patříme, určují, jakým jazykem mluvíme, jaké postoje zaujímáme, jaké kulturní zvyky přijímáme a nakonec i to, kým jsme. Dokonce i skupiny, ke kterým nepatříme, ať už z vlastní vůle, nebo proto, že jsme byli z těchto skupin vyloučeni, mají významný dopad na náš život.

Skupiny se mohou od sebe vzájemně lišit v nesčetném množství faktorů. Existují skupiny s poměrně malým počtem členů, jako je třeba partička hráčů mariáše až po skupiny s počtem členů přesahujících miliony – např. národ. Jiné skupiny existují jen poměrně krátkou dobu, např. skupina přátel z gymnázia, jiné skupiny existují po celá tisíciletí, příkladem mohou být stoupenci některé z věrouk. Další skupiny jsou vysoce strukturované a organizované, jako je armáda nebo policie, naproti nim pak mohou stát skupiny neformálně organizované, jako třeba skupina školáků hrajících po škole na hřišti kopanou a takto by se dalo pokračovat dále.

Jakoukoliv sociální skupinu lze tedy popsat z hlediska celé řady vlastností, které zvýrazňují podobnosti a odlišnosti mezi jednotlivými skupinami. Může se jednat jak o velmi obecné rysy, jako je třeba velikost skupiny, ale ve hře mohou být i tak velmi specifické rysy, jako je např. přesvědčení (např. židé versus katolíci). V důsledku této obrovské rozmanitosti skupin bylo třeba omezit počet relevanntích vlastností, aby vůbec bylo možné vytvořit nějakou, byť značně omezenou taxonomii skupin . Sociální psychologové se z toho důvodu nejvíce zaměřují na velikost skupiny, skupinovou atmosféru, strukturu a formu vedení skupiny.

Německý sociolog Tönnies (1955, in Hogg, Vaughan, 2011) začal rozlišovat mezi dvěma formami lidského soužití, a sice mezi **pospolitostí** (Gemeinschaft), založenou na blízkých mezilidských vazbách a **společností** (Gesellschaft), založenou na formalizovaných a neosobních vazbách. Současná sociální psychologie akcentuje tyto pojmy v mírně odlišné podobě, kdy v nejobecnější rovině rozlišuje mezi skupinami, které jsou postaveny na **podobnosti** (tzv. kategorické skupiny) a skupinami, jež jsou vybudovány na **interakci** (tzv. dynamické skupiny).

Seeley a kol. (2003) zjistil, že existují výrazné sexuální rozdíly v preferencích pro určitý typ skupiny. Ve výzkumu se dokonce ukázalo, že tato preference má vliv na délku trvání skupiny v čase. Ženy mají obecně tendenci připojovat se spíše ke skupinám, ve kterých si mohou vytvořit blízké vztahy k ostatním členům skupiny, zatímco muži upřednostňují skupiny, v nichž se mohou jedinci připojit ke skupině jako celku (důležitá je pro ně společná identita). Pokud blízké vztahy ve skupině vymizí, skupina přestává být pro ženy důležitá, zatímco společná identita, kterou skupina mužům poskytuje, umožňuje, aby je skupina i nadále přitahovala. Některé skupiny mužů tak mohou přetrvávat déle než skupiny žen, protože kladou větší důraz na skupinovou identitu.

4.1.1 Skupiny versus agregáty

Je třeba mít na paměti, že ne všechna srocení lidí lze považovat za skupiny v pravém slova smyslu. Vezměme si jako příklad lidi stojící ve frontě, nebo čekající na autobus – lze v tomto případě mluvit o skupinách nebo ne? Nesjpíše se v tomto případě bude jednat pouze o tzv. **sociální agregáty** (množinu jedinců mezi kterými nejsou žádné vztahy), nikoliv skupinu jako takovou. Důležité je položit si v této souvislosti další otázku, a sice, co odlišuje skupiny od agregátů? Na tuto problematiku neexistuje v sociální psychologii jednoznačný pohled, protože tyto rozdíly jsou do značné míry ovlivněny tím, zda vědec zastává individuální nebo kolektivistický pohled na skupiny (Hogg, Vaughan, 2011).

Stoupenci individualistického pohledu tvrdí, že lidé se ve skupinách chovají v podstatě stejným způsobem jako v párech nebo sami a skupinové procesy tudíž nejsou ničím jiným než interpersonálními procesy probíhajícími mezi řadou lidí. Zastánci kolektivisté perspektivy se naopak domnívají, že chování lidí ve skupinách je ovlivněno jedinečnými sociálními procesy a kognitivními reprezentacemi, které se mohou vyskytovat jen a pouze ve skupinách (Hogg, Vaughan, 2011).

4.1.2 Definice skupiny

Existuje nespočet definic toho, co rozumíme pojmem sociální skupina. Baumeister a Bushman (2011) dokonce s trochou nadsázky uvádějí, že existuje tolik definicí sociální skupiny, kolik je na světě sociálních psychologů. Johnson a Johnson (1987) identifikovali ve své práci sedm hlavních bodů, charakterizujících skupinu:

1. Soubor osob, které vzájemně spolupracují.
2. Sociální jednotka sestávající ze dvou nebo více osob, které se sami sebe vnímají jako členy skupiny.
3. Soubor jednotlivců, kteří jsou na sobě vzájemně závislí.
4. Soubor jedinců, kteří se spojili dohromady za účelem dosažení nějakého cíle.
5. Soubor lidí, kteří se snaží uspokojit potřebu prostřednictvím začlenění se do blízkých vztahů.
6. Soubor jednotlivců, jejichž interakce jsou strukturovány množinou rolí a norem.
7. Soubor osob, které se navzájem ovlivňují.

Své poznatky pak zúročili ve své vlastní definici skupiny, která v sobě zahrnuje všechny tyto charakteristiky:

Skupinu tvoří dvě nebo více osob, které jsou v interakci tváří v tvář, přičemž každý si je vědom své přináležitosti ke skupině, uvědomuje si ostatních osoby, patřících do skupiny, a každý si je vědom pozitivní vzájemné závislosti, protože usilují o dosažení vzájemné cíle. (Johnson, Johnson, 1987, s. 8)

Nedostatkem této definice je, že nezahrnuje velké skupiny, jako je třeba národ a nerozlišuje mezi skupinovými a interpersonálními vztahy. Tento rys však poměrně věrně vystihuje situaci při výzkumu skupinových procesů, kdy se sociální psychologie většinou striktně omezuje na studium malých krátkou dobu trvajících úkolově orientovaných skupiny.

4.2 Vliv skupiny na výkon jednotlivce

4.2.1 Sociální facilitace

Základní otázkou života, vesmíru a vůbec je pro sociální psychologii to, jaký vliv má přítomnost druhých lidí na chování jedince. Již Gordon Allport (1954) si položil, co se stane s výkonem jednotlivce, jsou-li přítomni jiní lidé – zlepší se jeho výkon, nebo se naopak zhorší. Tato otázka zaujala již Normana Tripleta (1898, in Hogg, Vaughan, 2011), který pozorováním lidí dospěl k názoru, že lidé jezdili na kole rychleji, když jim někdo měřili čas, než když jeli sami, a ještě mnohem rychleji, když s někým soutěžili. Triplett ze svých pozorování usoudil, že vzájemná konkurence lidi aktivizuje a zlepšuje jejich výkonnost.

Floyd Allport (1920, in Baumeister, Bushman, 2011) začal pro tento fenomén používat název **sociální facilitace**. Na rozdíl od Tripletta, který sociální facilitaci až příliš omezoval na kontext hospodářské soutěže, umožnil nový přístup její rozšíření, aby umožnila obecnější výklad, a sice, že ke zlepšení výkonu stačí pouhá přítomností přítomnost druhých lidí, kteří jsou pouze pasivním publikem (pasivně sledují jedince).

Zajonc (1965) uvedl na světlo světa **teorii drivů**, jejímž prostřednictvím se snažil vysvětlit, čím je dáno to, zda přítomnost druhých lidí facilituje nebo inhibuje výkon jednotlivce. Tato teorie přepokládá, že vzhledem k tomu, že lidé jsou poměrně nepředvídatelní, tak nás svou přítomností udržují ve stavu bdělosti a pohotovosti. Zvýšení arousalu je tedy instinktivní reakcí na přítomnost ostatních lidí. Tato energizující funkce působí jako drive, který nás nutí přijmout takové chování, které je v této situaci naší dominantní reakcí (tj. je naučené resp. habituované). Pokud je naše dominantní reakce správná (víme, že úkol je snadný), pak v nás přítomnost druhých vzbuzuje lepší výkon; pokud je naše dominantní reakce nesprávná (cítíme, že úkol je obtížný), pak přítomnost druhých lidí působí na náš výkon negativně.

Pokud se někdo začne učit hrát na hudební nástroj, tak má ze začátku poměrně malý repertoár. Naučí se hrát skladbu, která je pro něj extrémně snadná, velmi dobře se ji naučil a téměř nikdy v ní nedělá chyby. Pokud by měl hrát tuto skladbu před publikem, teorie drivů předpovídá, že vzhledem k tomu, že jeho dominantní reakcí je nedělat chyby, jeho výkon by se výrazně zlepšil. Na rozdíl od další skladby, kterou když ji hrajete, je pro vás nesmírně obtížná, protože ji zatím nemáte příliš dobře naučnou – skoro nikdy neuspějete. Vaší dominantní reakcí by byl dělat chyby, a proto by se váš výkon před publikem zhoršil.

4.2.2 Sociální inhibice

Ve stejné době, kdy si Triplett povšiml toho, že cyklisté jeli rychleji, když byli ve skupině, než když jeli o samotě, dospěl Max Ringelmann (1913, in Hogg, Vaughan, 2011), francouzský profesor zemědělského inženýrství, ke zcela opačnému závěru. Ringelmann provedl řadu experimentů, v nichž zkoumal efektivitu různých lidí, zvířat a strojů při provádění zemědělských prací. V jedné studii měli mladí muži, buď samostatně, nebo ve skupinách po dvou, třech až osmi lidech, táhnou za lano připevněné k dynamometru. Ringelmann si všiml, že když byl do skupiny přidán další člověk, tak se celkový výkon skupiny nezvýšil tak, jak teoreticky očekával. Zjistil, že síla vyvíjená na osobu se snižuje v závislosti na velikosti skupiny: čím větší je skupina, tím méně úsilí každá osoba vynakládá. Čistě teoreticky by dva lidé měli táhnout dvakrát větší silou (o 200%) než jeden člověk, ve skutečnosti se však ve dvou lidech zvýšila vyvinutá síla pouze o 186%. Když byli ve skupině čtyři lidé, pokles výkony byl ještě větší. V osmičlenné skupině nevyvinul žádný člověk ani polovinu síly, jako když každý táhl sám. Tento jev se nazývá **Ringelmannův efekt**.

Existuje několik faktorů, které snižují produktivitu jednotlivce při práci ve skupině, nejčastěji se uvádějí následující dvě možná vysvětlení tohoto jevu:

a) **ztráta koordinace** – kvůli rozptýlení a tendenci lidí táhnout mírně proti sobě jim bylo zabráněno v dosažení plného výkonu;
b) **ztráta motivace** – účastníci byli méně motivováni, moc se nesnažili.

Ingham, Levinger, Graves a Peckham (1974) replikovali Ringelmannovu studii, kdy experimentální skupina byla skutečnou skupinou, zatímco kontrolní skupina byla tvořena pseudoskupinou s jednou naivní osobou a konfidenty. Konfidenti pouze předstírali, že za lano táhnou, vydávali však realistické zvuky, naznačují námahu. Naivní osoba byla na první pozici, aby nevěděla, že konfidenti ve skutečnosti za lano netáhnou. V pseudoskupině došlo ke snížení individuálního výkonu. Protože nemohlo dojít k žádnému narušení koordinace, nemohlo tedy dojít ke ztrátě výkonu kvůli špatné koordinaci, pokles lze dle autorů připsat na vrub pouze a jen ztrátě motivace. V reálných skupinách došlo k ještě většímu snížení individuálního výkonu, který lze přičíst ztrátě koordinace.

Tuto ztrátu motivace označili Latané, Williams a Harkins (1979) jako **sociální inhibici** (angl.. social loafing), poté co ve svém experimentu replikovali výše popsanou studii. Účastníci měli např. co možná nejhlasitěji tleskat, a to buď sami nebo ve skupinách po dvou, čtyřech nebo šesti lidech. Množství produkovaného hluku na osobu se snížilo o 29 % u dvoučlenných skupin, 49 % u čtyřčlenných skupin a 60 % u šestičlenných skupin. Stejně jako v experimentu Inghama a kol. (1974) došlo k výraznému snížení úsilí účastníků v pseudoskupinách. U reálné skupiny také došlo k snížení výkonu v důsledku narušení koordinace.

Sociální inhibice představuje tendenci jednotlivců pracovat méně efektivně na nějakém úkolu, když věří, že jiní také na tomto úkolu pracují. Jde tedy o snížení individuálního úsilí jednotlivce při práci na kolektivním úkolu v porovnání s tím, když

pracuje samostatně. Zjistilo se, že s rostoucí velikostí skupiny má přidávání nových členů snižující se dopad na úsilí, např. snížení individuálního úsilí v důsledku přidání třetí osoby ke skupině dvou osob, je relativně velké, zatímco přidání dalšího člena do skupiny dvaceti osob je jen minimální. Velikost skupiny, v níž má přidání dalšího člena na výkonnost skupiny významný dopad, se pohybuje cca od jednoho do osmi členů (Baumeister, Bushman, 2011).

Sociální inhibice je poměrně úzce propojena s **efektem černého pasažéra** (angl.. free-rider effect). Černý pasažér je někdo, kdo využívá sdíleného veřejného zdroje, aniž by se podílel na jejich údržbě. Hlavním rozdílem mezi sociální inhibicí a efektem černého pasažéra je skutečnost, že ačkoli při sociální inhibici dochází ke snížení úsilí vynaloženého na plnění společného úkolu, všichni jedinci se přesto podílejí na vzniku skupinového produktu. Na rozdíl od toho černí pasažéři využívají skupinový produkt, aniž by se na jeho vzniku jakkoliv podíleli (Williams, Karau, Bourgeois, 1993). Černí pasažéři vědí, že podvádějí a využívají ostatní. V laboratorních studiích sociální inhibice většina lidí tvrdila, že pracují tak tvrdě jak jen mohou, a to i přesto, že experimentální výsledky dokazovali pravý opak. Mnoho lidí si zřejmě není vědomo toho, že se u nich projevuje sociální inhibice (řečeno jinými slovy, že se flákají), anebo si to zdráhají přiznat (Karau, Williams, 1993).

4.3 Normy

Sherif (1936) vymezil normy jako zvyky, tradice, pravidla, hodnoty a všechna ostatní kritéria chování, které jsou standardizovány v důsledku společného života lidí ve skupině. Ačkoli normy mohou mít formu explicitních pravidel, které jsou prosazovány legislativou a sankcemi, většina sociálních psychologů souhlasí s tím, že normy jsou pravidla a standardy, které jsou chápány členy skupiny a které vedou a / nebo omezují sociální chování bez síly zákonů. Tyto normy vyvstávají z interakce s ostatními; mohou nebo nemusejí být výslovně uvedeni a jakékoli sankce za odchýlení se od nich pocházejí ze sociálních sítí, nikoliv z právního systému (str. 152)

Podle Garfinkela (1967, in Hogg, Vaughan, 2011) tvoří normy implicitní, nepozorovatelné, všemi příslušníky skupiny přijímané pozadí, na němž probíhá každodenní život. Teorie sociální identity klade zvláštní důraz na to, jak je skupina definována pomocí norem (Hogg, Vaughan, 2011). Normy ohraničují kontury sociálních skupin s tím, že normativní diskontinuita vyznačuje hranice skupiny. Normy postihují atributy, které vymezují skupinu a zároveň ji odlišují od ostatních skupin. Jelikož skupiny, kterých jsme členy, definují to, kdo jsme, mají na nás také normativní vliv, který nám říká, jak bychom se měli chovat. Normy jsou úzce spjaty se stereotypy a prakticky znamenají totéž. Výzkumná tradice však obecně tyto dva termíny rozlišuje, kdy normy se týkají chování, které je sdíleno uvnitř skupiny, zatímco stereotypy jsou skupinou sdílená zobecnění, týkající se členů jiných skupin.

Skupinové normy mohou mít silný vliv na lidi. Například Newcomb (1965) provedl klasickou studii norem ve třicátých letech 20. století na malé americké škole

Bennington. Vysoká škola měla progresivní a liberální normy, ale přitahovala studenty z konzervativních rodin z vyšší střední třídy. Americké prezidentské volby v roce 1936 umožnily společnosti Newcomb uskutečnit tajné hlasování. Studenti z prvního ročníku silně upřednostňovali konzervativní kandidáty, zatímco třetí a čtvrtý ročník posunuli svoji volbu před liberálními a komunistickými / socialistickými kandidát. Předpokládané prodloužení expozičních liberálních norem způsobilo změnu politických preferencí.

4.4 Socializace

Socializace je celoživotní dlouhodobý proces včleňování jedince do lidské společnosti. Existují různé definice socializace. Dle jedné z nich je socializace název daný celoživotnímu procesu, kterým jsou jedincovy vzorce chování, hodnoty, standardy, dovednosti a návyky, postoje a motivy usměrňovány k přizpůsobení se těm, které jsou vnímány jako žádoucí v konkrétní societě (Hetherington, Parke, 1975, in Hogg, Vaughan, 2011). Když se narodí novorozenec, je ve své podstatě pouhým biologickým tvorem a aby byl schopen obstát v lidské společnosti, musí si osvojit pravidla této společnosti.

Rysem mnoha skupin je, že se k nim připojují noví členové, zatímco staří členové odcházejí. Noví členové jsou skupinou socializováni a do skupiny je zase na oplátku vtištěn charakter nově příchozích. Skupiny jsou dynamické struktury, které se v čase mění. Tento dynamický aspekt skupin je však sociální psychologií často přehlížen (Hogg, Vaughan, 2011), což značně oslabuje vysvětlující potenciál sociálně psychologických teorií skupinových procesů. V rámci sociální psychologie popsal Tuckman (1965) pětistupňový vývoj, kterým procházejí malé skupiny:

1. **Formování** – fáze orientace a seznámení.
2. **Bouření** – konfliktní fáze, kdy se členové znají dostatečně dobře na to, aby propukly neshody o cílech a praktikách skupiny.
3. **Normování** – po přežití útočné fáze, se objeví konsensus, soudržnost a pocitu společné identity.
4. **Optimální výkon** – období, ve kterém skupina pracuje hladce jako jednotka, která má společné normy a cíle a dobrou morálku a atmosféru.
5. **Ukončení činnosti** – skupina se rozpadá, protože splnila své cíle nebo protože členové ztratili zájem a motivaci pokračovat dál.

V poslední době byl představen nový model **skupinové socializace**, který popisuje a vysvětluje vývoj členů skupiny v průběhu času (Baumeister, Bushmann, 2011). Zaměřuje se na dynamické souvislosti mezi skupinou a jejími členy po celou dobu trvání skupiny. Soustřeďuje se nejen na to, jak se jednotliví členové mění, ale také na to, jak mohou noví členové úmyslně nebo neúmyslně iniciovat změny ve skupině. Levine, Moreland a Choi (2001) rozlišují ve skupinové socializaci tři základní procesy:

1. Členové skupiny hodnotí svou minulost, současnost a budoucnost ve smyslu odměn a zisků, které jim poskytuje skupina s potenciálními odměnami

pramenících z alternativních vztahů. Současně skupina zase hodnotí své jednotlivé členy z hlediska jejich podílu na životě skupiny. Lidé mají cíle a potřeby, které vytvářejí očekávání. To, v jaké míře je pravděpodobné, že tato očekávání budou splněna, je vyjádřeno sociálním souhlasem. Předpokládané nesplnění očekávání vyvolává sociální nesouhlas a kroky ke změně chování nebo opuštění skupiny nebo vyloučení nepohodlného člena.

2. Členové skupiny hodnotí své závazky vůči skupině a naopak. V každém okamžiku může existovat nerovnováha závazků, takže jednotlivec je více oddaný skupině nebo skupina jednotlivci. To dává méně zainteresované straně větší moc a skupina se stane nestabilní. Existuje tlak na rovnováhu závazků. Závazek je základem pro dohodu o cílech a hodnotách skupiny, vede k pozitivním vazbám mezi jednotlivými členy a skupinou, podněcuje vůli jednotlivce na setrvání ve skupině.
3. **Rolová tranzice** vyjadřuje nespojitost ve vztahu mezí rolí, jednotlivcem a skupinou. Tyto nespojitosti jsou dány změnami v závazcích a řídí se rozhodnutím skupiny nebo jednotlivce. Existují tři obecné typy rolí:

    - **nečlen** – včetně budoucích členů, kteří se do skupiny zatím nezapojili, a bývalých členů, kteří skupinu opustili,
    - **kvazi-člen** – včetně nových členů, kteří dosud nemají status plnohodnotného člena a okrajových členů, kteří tento statut ztratili,
    - **plnohodnotný člen** – je nejvíce identifikován se skupinou a má všechna práva a povinnosti spojené s členstvím ve skupině.

    Rolové tranzice mohou proběhnout snadno, pokud se jednotlivec i skupina dohodnou a mají stejná kritéria. Nicméně, nerovnováha závazků a různá kritéria mohou vést ke konfliktu ohledně toho, zda by mělo nebo mělo dojít k rolové tranzici. Z tohoto důvodu se kritéria pro tranzici často stávají formalizovanými veřejnými rituály a stávají se ústředními částmi života skupiny.

Výskyt rolové tranzice se považuje za důležitý aspekt skupinového života. Obecně lze říct, že rolové tranzice jsou ritualizované veřejné události, resp. rituály životní změny, viz např. **iniciační obřady**. Mohou to být příjemné události doprovízené oslavou a dary (promoce, sňatek), ale mnohem častěji je s nimi spojena bolest a utrpení (např. obřízka). Tyto obřady mohou sloužit řadě funkcí:

- **symbolické** – umožnit konsensuální a veřejné uznání diskontinuity identity,
- **učednický** – některé obřady pomáhají jednotlivcům, aby si zvykli na nové role a normy,
- **zajištění věrnosti** – příjemné zasvěcení spojné s dary a zvláštními výsadami může vyvolat vděčnost, která by měla zvýšit závazek vůči skupině.

Vzhledem k poslední funkci je převládající a zjevný charakter nepříjemných iniciačních obřadů záhadný. Lidé určitě nebudou stát o členství ve skupině s

bolestivými iniciačními obřady, protože iniciaci nezvládnou, mohou začít tuto skupinu nenávidět a nevzniká u nich pocit závazku.

4.5 Skupinová struktura

Struktura skupiny je patrná z rolí, statusu, vztahů a komunikačních sítí. Skupiny jsou dále strukturovány z hlediska podskupin a také podle toho, zda jedinec přináleží k centrální nebo okrajové části skupiny.

4.5.1 Role

Role se v určitém smyslu podobají normám, protože také předepisují jednotlivci, jak se má chovat. Nicméně zatímco normy platí pro skupinu jako celek, role jsou mnohem diferencovanější a platí pouze pro podskupiny lidí případně jedince v rámci dané skupiny. Normy se mezi různými skupinami liší a jejich účelem primárně není to, aby z nich skupina měla zisk. Naproti tomu role jsou speciálně vytvořeny tak, aby od sebe jednak navzájem odlišovaly jednotlivé členy skupiny a aby z nich skupina jako celek měla zisk.

Role jsou kodifikované vzorce chování, které jsou uvnitř skupiny přiděleny jejím jednotlivým členům, případně podskupinám. V literatuře se lze setkat s tím, že se role v nejobecnější rovině rozlišují na **neformální** (**implicitní**), např. ve skupině kamarádů, a **formální** (**explicitní**), např. v armádě. Role plní ve skupině několik funkcí (Baumeister, Bushman, 2011):

- Jsou odrazem dělby práce ve skupině, pouze v těch nejjednodušších skupinách se s dělbou práce nesetkáváme.
- Naplňují v rámci skupiny vzájemná společenská očekávání jejich členů a jsou zdrojem informací o vzájemných vztazích mezi členy skupiny.
- Definují, jaké místo jedinec ve skupině zaujímá.

Role většinou fungování skupiny usnadňují. Naproti tomu však máme dnes důkazy o tom, viz např. studie Gersicka a Hackmana (1990), že neflexibilní rozdělení rolí může být v některých případech pro skupinu spíše škodlivé. V různých skupinách, jichž jsme členy, můžeme zastávat různé role, což je živnou půdou pro tzv. **konflikt rolí**, který může být také někdy projevem širšího konfliktu mezi skupinami.

Ačkoliv máme ve zvyku běžně hovořit o tom, že někdo na sebe vzal roli, tak jako herec hraje určitou roli v nějaké divadelní hře nebo ve filmu, málokdo si však uvědomuje, že to není tak úplně pravda. Můžeme hrát roli podobně jako herci, nicméně problém je v tom, že mnozí lidé nás vidí pouze v dané konkrétní roli a tudíž se domnívají, že jsme takoví i ve skutečnosti. Tato tendence ztotožňovat roli, kterou jedinec ve společnosti zastává s jeho vnitřními dispozicemi je pěkným příkladem tzv. **základní** (někdy též **fundamentální**) **atribuční chyby**. Ryze praktickým důsledkem výše popsaného je to, že bychom se měli vyhýbat rolím s nízkým statusem, protože

je pak téměř nemožné vymanit se z „dědictví“ takové role. Role, které zastáváme, mohou skutečně ovlivnit i to, kým jsme – tj. naši identitu (Haslam, Reicher, 2005).

Zimbardův (ne)slavný vězeňský experiment

Zimbardo (1971) se zajímal o způsob, jakým lidé internalizují (zvnitřňují) role, které zastávají. Konkrétně Zimbarda lákalo zjistit, zda to, jak se člověk v dané roli chová, je spíše důsledkem role jako takové nebo zda větší roli hrají osobnostní rysy jedince. V jeho známé a neustále dokola citované studii „účinkovalo“ 24 psychicky zdravých mužských dobrovolníků, kterým byli náhodně přiděleny role vězňů a dozorců. Dobrovolníci, jimž byla přidělena role vězně, byli zatčeni ve svých domovech a podrobeni běžné policejní rutině. Následně pak byli předáni dozorcům v simulovaném vězení, které se nacházelo v suterénu Stanfordské univerzity.

Zimbardo původně plánoval trvání svého experimentu na dobu dvou týdnů, nicméně byl nucen experiment zastavit už po šesti dnech, protože se celá situace vymkla jakékoliv kontrole. Dozorci stále častěji ponižovali a týrali vězně, přičemž používali psychologické techniky, aby podkopali solidaritu a zaseli nedůvěry mezi vězně. Navíc se někteří dozorci začínali chovat stále brutálněji a sadističtěji.

Vězňové se zpočátku proti útlaku ze strany dozorců bouřili, ale postupně na jakýkoliv vzdor rezignovali a začali vykazovat příznaky individuální i skupinové dezintegrace. Někteří vězňové museli být ze studie propuštěni, protože u nich propukly příznaky duševní poruchy (dezorganizované myšlení, nekontrolovatelný pláč atd.) a u jednoho vězně se dokonce objevila psychosomatická vyrážka po celém těle. V poslední době je tato studie stále více napadána a rovněž je zpochybňováno i Zimbardovo vysvětlení toho, k čemu vlastně v simulovaném vězení došlo (Hogg, Vaughan, 2011).

4.5.2 Status

Všechny role si nejsou rovny, některé jsou společensky více ceněné a respektované, a tím přinášejí svému nositeli vyšší **status**. Nejvyšší status má ve většině skupin obvykle role vůdce. Obecně platí, že role s vyšším statusem nebo jejich nositelé se vyznačují dvěma vlastnostmi Hogg a Vaughan (2011):

a) prestiží;
b) tendencí iniciovat myšlenky a aktivity, které přijímá zbytek skupiny.

Hierarchie založené na statusu nejsou ve skupinách fixní, ale mohou se měnit v průběhu času a také od situace k situaci. Jedno z vysvětlení toho, proč se ve skupinách vyskytuje hierarchie, vychází z **teorie sociálního srovnání** (Festinger, 1954). Hierarchie je valstně výsledkem sociálního srovnání uvnitř skupiny. Skupiny nám poskytují dostatečné množství relevantních osob, s nimiž se můžeme porovnávat, abychom posoudili platnost našich názorů a úroveň svých schopností.

Některé role ve skupině mají větší moc a vliv, a proto jsou atraktivnější a žádanější, než jiné role, řečeno jinými slovy existuje mnohem více čekatelů, než kolik jich může být uspokojeno. Sociální srovnání pak nevyhnutelně vyúsťuje v přesvědčení, že ti členové skupiny, kteří neuspěli v dosažení takové role, jsou méně schopní než ti, kteří byli v ucházení se o danou roli úspěšní. Objevuje se tak společně sdílený názor, že ti, kteří zaujímají atraktivní role, jsou nadřazení ostatním, protože jsou prostě v určitém ohledu „lepší“ než ostatní.

4.6 Komunikační sítě

Lidé, kteří zastávají ve skupině různé role, musí koordinovat své akce prostřednictvím komunikace, ačkoli ne všechny role spolu potřebují vzájemně komunikovat. Strukturování skupiny s ohledem na role znamená vznik interní komunikační sítě, která reguluje, kdo s kým může komunikovat. I když takové sítě mohou být neformální, pravděpodobně se budeme často pohybovat v pevně formalizovaných sítích, např. ve velkých podnicích (viz např. univerzita).

Bavelas (1968) tvrdí, že důležitým faktorem je množství komunikačních spojů, které musí být překročeny, aby jedna osoba mohla komunikovat s druhou osobou. Pokud např. můžete komunikovat přímo s děkanem fakulty, existuje pouze jeden spoj, ale pokud musíte projít nejdříve přes sekretářku, existují už dva spoje. Existují různě strukturované komunikační sítě, které byly experimentálně zkoumány.

Důležitým hlediskem je i stupeň autonomie, kterou cítili členové skupiny. Protože jsou závislí na regulaci toku informací, mají periferní členové ve skupině menší moc a mohou se cítit omezeni a závislí. Podle Muldera (1960) vede moc k většímu pocitu autonomie a spokojenosti, a proto mohou být periferní členové nespokojeni, zatímco členové nacházející se v centru komunikační sítě jsou často vnímáni jako vůdci skupin a mají pocit uspokojení. Centralizované komunikační sítě tak mohou snížit spokojenost, harmonii a solidaritu skupiny a místo toho vyvolat vnitřní konflikty. Výzkum organizací potvrzuje, že pracovní spokojenost je ovlivněna množstvím kontroly, kterou nad sebou zaměstnanci mají a že tato kontrola souvisí s komunikačními sítěmi, zejména s účastí zaměstnanců na rozhodování.

4.7 Další skupinové procesy

Rizikový posun

Na základě tradiční interpretace konformity, tj. podléhání většinovému vlivu a snahy o zachování statusu quo, nám selský rozum napovídá, že skupina bude v porovnání s jednotlivcem, opatrnější a konzervativnější. Z konvergence směrem ke skupinovému průměru v experimentu, který provedl Sherif (1933), je jasné, že tato úvaha má smysl. Nicméně Stoner (1961) zjistil, že opak je pravdou. Účastníkům experimentu představil 12 dilemat, kterým čelili hypotetičtí lidé, a jejich úkolem

bylo této hypotetické osobě poradit v tom, jaké riziko by měla přijmout. Zpočátku radili jednotlivě, pak ve skupinách po pěti lidech.

K jeho úžasu bylo rozhodnutí skupiny obvykle riskantnější než rozhodnutí jednotlivce. Skupina tedy doporučila hypotetické osobě, aby přijala větší riziko, než je byl průměr jednotlivců, proto rizikový posun (angl.. risky shift phenomenon). Stoner vyvolal vlnu výzkum skupinového rozhodování, který zpočátku našel značnou podporu pro existenci rizikového posunu. Nicméně nakonec bylo zjištěno, že rizikový posun není až tak univerzálním jevem, jak se původně myslelo.

Skupinová polarizace

Jedním z nejdůležitějších poznatků sociální psychologie je zjištění, že i když členové skupiny mají na začátku podobné postoje, tak po zapojení se do skupinové diskuse a při pokusu o dosažení shody u obtížného rozhodnutí, diskuse posiluje průměrnou individuální inklinaci každého člena skupiny. Z toho důvodu je rizikový posun viděn jako součást mnohem širšího fenoménu, nazvaného skupinová polarizace (angl.. group polarisation) (Moscovivi, Zavalloni, 1969).

Jedná se o tendenci skupiny činit rozhodnutí, která jsou extrémnější než průměrné počáteční pozice jednotlivých členů skupiny ve směru, určeným průměrem (Wetherell, 1987). Takže skupina pravděpodobně přijme extrémnější rozhodnutí než by přijal jednotlivec, a to buď v tom smyslu, že může více riskovat nebo být naopak mnohem opatrnějším.

Skupinové myšlení

Skupinové myšlení (angl.. groupthink) je příkladem, jak mohou být rozhodnutí skupiny velmi extrémní (Janis, 1982). Skupinové myšlení je definován jako způsob myšlení, jehož cílem je dosáhnout jednomyslné shody. Za použití archivního materiálu Janis (1982) analyzovala způsob, jakým byla přijata důležitá politická rozhodnutí.

Dospěl k názoru, že skupinové myšlení je pouze dalším případem rizikového posunu, kdy skupina, která již směřuje k tomu, aby se riziková rozhodnutí polarizovala, skrze diskusi dospěje k ještě riskantnějšímu rozhodnutí (Myers, Lamm, 1975). Jde o extrémní formu problému s výměnou informací – nebo alespoň názorů – mezi členy skupiny. Janis (1982) věří, že tato tendence vyvěrá z přílišné koheze, potlačení jakéhokoliv nesouhlasu uvnitř skupiny, zájmu na skupinové harmonie a direktivního vedení, které signalizuje, jaké rozhodnutí je žádoucí.

4.8 Proč se lidé sdružují do skupin

Afiliace vyjadřuje tendenci člověka družit se s jinými lidmi (Výrost, Slaměník, 2008). Síla této potřeby je u každého člověka odlišná a závisí na situaci, v níž se daný člověk aktuálně nachází, ale vždy se v určité míře projevuje u každého jedince. Lidé se v síle

této potřeby rozprostírají na celé škále od jedinců téměř neschopných žít bez jiných, přes celé spektrum odstínů této potřeby druhých, až k opačnému pólu, jímž je odmítání přítomnosti druhých lidí, vedoucí k úplnému samotářství.

Je samozřejmé, že tento pól totální izolovanosti, totální osamocenosti, je výjimečný. Většina lidí se pohybuje v určitém spektru potřeby druhých, a někdy více, někdy méně je tato potřeba projevena. Proč se vlastně takto chováme? Proč není toto chování jednotné? Když je nějaký zvířecí druh, tak respektuje buď jedno, nebo druhé, buď je to stádní druh anebo je to druh samotářský. Člověk je to i ono. Zjistilo se, že potřeba afiliace stoupá v situacích strachu, obav a ohrožení.

Schachter (1959) provedl experiment, ve kterém se pokusné osoby měly podrobit elektrickému šoku. Probandy rozdělil na dvě skupiny. Jednu skupinu tvořili probandi, kterým bylo řečeno, že je čeká silný elektrický šok, což v nich vyvolalo vysokou mírou úzkosti, zatímco druhé skupině bylo řečeno, že je čeká jen slabý elektrický šok, což u nich vyvolalo nízkou mírou úzkosti. Obě skupiny si mohly vybrat, zda budou čekat na elektrický šok o samotě nebo ve společnosti druhých lidí. Výsledky ukázaly, že 63 % probandů s vysokou úzkostí dalo přednost možnosti čekat na elektrický šok v přítomnosti druhých lidí. V kontrolní skupině, která měla podstoupit jen slabý elektrický šok a úzkost byla jen nepatrná, dalo přednost čekání ve společnosti druhých lidí jen 33 % probandů.

Z Schachterova experimentu vyplynulo, že přítomnost druhých lidí v situaci úzkostného očekávání či nejistoty snižuje pocit úzkosti, protože dává možnost pro vzájemné uklidnění. Možnost srovnání vlastních pocitů s prožíváním jiných lidí výrazně snižuje zátěž a obavy z těchto situací. Lidé vyhledávají přítomnost jiných lidí také z toho důvodu, že si mohou vzájemně poskytovat informace o tom, jak situaci zvládnout, jak se s ní vyrovnat. Potřeba kontaktů s jinými je obzvláště velká v situacích krajního ohrožení, jako jsou např. přírodní katastrofy apod.

Afiliace se projevuje jako touha po navazování a udržování vztahů s druhými lidmi. Přesto existují v životě člověka situace, kdy upřednostňuje samotu. Děje se tak např. tehdy, když potřebuje přemýšlet o svém životě, nebo se vyrovnává s prožitými událostmi, hledá řešení složité životní situace atp. V těchto případech samota přispívá pozitivně k psychické vyrovnanosti člověka (Výrost, Slaměník, 2008). Dalším častým impulzem pro stažení se do samoty mohou být obavy z toho, že člověk ztratil přízeň svého okolí. Podobně se může člověk začít vyhýbat lidem tehdy, když se obává, že by druzí mohli odhalit některé jeho negativní osobnostní rysy. Kromě samoty může člověk prožívat stav osamění. Ten nastává např. tehdy, když člověk opustí známé prostředí rodiny a přátel a ocitá se v novém prostředí. V novém prostředí se člověk cítí osaměle, protože jednak nemá ještě vytvořeny nové přátelské vztahy a jednak nemá na blízku ani rodinu a příbuzné. Tento typ osamělosti se označuje jako sociální izolace. Druhým typem osamělosti je tzv. emocionální izolace, kdy je člověk sice obklopen známými, přáteli a rodinou, postrádá však důvěrné vztahy (Výrost, Slaměník, 2008). Vzniklo několik teoretických koncepcí, snažících se nalézt odpověď na otázku lidské afiliace.

4.8.1 Teorie instinktů a model vrozených determinant

Vůbec první interpretací naší potřeby afiliace byly instinkty. Jednalo se o první model vysvětlení této kvality našeho života. S teorií instinktu přišel počátkem 19. století W. McDougal (in Hogg, Vaughan, 2011). Věřili, že družnost je jedním z našich vrozených instinktů, který jsme zdědili po nižších živočiších. Afiliace je dle McDougala potřeba, která je instinktivně dána. O něco později spatřil světlo světa tzv. model vrozených determinant. Důležité je neplést instinkty a vrozené determinanty. Instinkty jsou výbava již daleko nižších živočichů, než je člověk, pokud to budeme formulovat na hierarchické škále, kdežto vrozené determinanty se vztahují pouze na lidský rod. Teoretici, kteří přisuzovali afiliaci vrozeným determinantám, argumentovali tím, že člověk jako savec, jako primát, resp. jako druh, který se oddělil od primátů, byl hodně zranitelný a tudíž existence v tlupě, byla základní podmínkou přežití (Hogg, Vaughan, 2011).

Vzdáleně bychom mohli teorii vrozených determinant přirovnat k archetypům, které se ukládaly do kolektivního nevědomí v průběhu vývoje lidského druhu. Obdobně se uložila i determinanta tlačící nás k druhým lidem, což jest jako kdyby zárukou většího bezpečí, zárukou ochrany, která samozřejmě není dána jedinci. V pravěké společnosti bylo nejhorším trestem vyhnání z tlupy, protože to se prakticky rovnalo rozsudku smrti, který nemusel být vykonán tím, že dotyčného někdo popravil, jelikož to příroda udělala sama, protože jedinec nebyl sám schopen obstát.

4.8.2 Teorie učení

Teorie učení vychází z předpokladu, že určité prvky chování máme sice vrozené, ale vzhledem k tomu, že je nelze žádným způsobem detekovat, nemůžeme se spolehnout na to, že jsou vědecky uchopitelné. Co je ale naprosto jednoduše prokazatelné, je fakt, že každý z nás, a proto se také odlišujeme v míře družnosti resp. potřeby druhých, si v průběhu svého života jednak zažívá a pociťuje, v době kdy je vše ještě zahaleno nevědomím, anebo posléze si i uvědomuje, jak moc potřebuje druhého. Malé dítě, když se narodí, patří k nejbezbrannějším tvorům vůbec. Např. gazela se musí během několika hodin postavit na nohy a být schopná pohybu, protože jinak nepřežije. Člověk v tomto ohledu patří mezi ty nejméně připravené tvory, takže zážitek péče, zážitek přítomnosti druhého, který uspokojuje naše potřeby, je velice silný.

Tuto teorii prokazují výzkumy, ze kterých vyplynulo, že prvorození častěji vyhledávají druhé v situacích ohrožení, než druhorození a další sourozenci. Existují výzkumy, zabývající se třeba nepříjemnými momenty, jako je čekání u zubaře, nebo čekání před zkouškou. Studie týkající se nepříjemných situací doprovázených úzkostným očekáváním v různých variantách prokázaly, že prvorození mají zhruba v 70 % tendenci vyhledávat v takových situacích přítomnost druhých lidí, zatímco druhorození a později narození mají tuto tendenci jen zhruba ve 40 % až 50%. Interpretace tohoto jevu zní, že u prvorozených je bezprostřední péče rodiče jako skutečně spolehlivé ochrany a spolehlivého zabezpečení. Druhorozený se často

může nacházet v situaci, pokud mezi sourozenci není rozdíl pouhého jednoho roku, že zodpovědnost je delegována na staršího sourozence. Pokud jsme starší sourozenci mladších sourozenců, tak si jistě vybavíme, s jakým nadšením se vrháme do takovýchto a podobných úkolů a místo toho, abychom měli čas sami na sebe, tak se musíme starat o sourozence. Čili zde už je posílení slabší než v bezprostřední vazbě rodič - prvorozený.

4.8.3 Teorie sociální výměny

Teorie sociální výměny nám poskytuje obecný rámec pro analýzu nejrůznějších typů lidských vztahů. Dle Homanse (1974, in Hogg, Vaughan, 2011) vychází naše potřeba vyhledávat společnost druhých lidí z profitu, který z nich můžeme mít, tj. odměna, kterou získáme z daného vztahu minus cena takového vztahu. Čím je vyšší odměna a nižší cena, tím více ze vztahu profitujeme a naopak. Na světě je totiž spousta věcí, činností a záležitostí, které nemůžeme zvládnout sami, a kdy musíme vyhledat druhého, už jen proto, abychom vůbec byli schopni některou z našich potřeb uspokojit. Jakákoliv hra, počínaje hrou v šachy, potřebuje nejméně dva jedince, častěji i více. Pokud chceme, můžeme třeba stát u zdi a kopat do ní míčem, ale není to až tak velká zábava, jako když hrajeme alespoň dva. Takto můžeme jít přes věci jednoduché až k věcem sice stejně prostým, ale poněkud choulostivějším, jako je vztah, cit, láska a sex. Ke všem těmto aktivitám většinou vyhledáváme druhé lidi.

Čili existují přímo určité oblasti lidského života, které bez druhých nemůžeme realizovat, nebo vůbec zvládat. Blau (1964, in Hogg, Vaughan, 2011) dodává, že vztahy nás obvykle stojí mnoho úsilí, energie a času a zahrnují i nepříjemné emoce a zkušenosti, a proto musíme ze vztahu získat více, než do něj vkládáme, pokud chceme vztah udržet.

4.8.4 Teorie sociálního srovnávání

S teorií sociálního srovnávání přišel Festinger (1954), který se hodně zabýval pojmy jako kognitivní disonance, porozumění atd. Pokud bychom navázali na kapitolu „Já v sociální interakci“, zejména na povídání o sociologizujících pojetích já, tak zjistíme, že spoustu poznatků o sobě nemůžeme učinit, bez toho aniž bychom se s druhými srovnávali. Mezilidské vztahy, ale i jiné situace, nám dávají možnost sociálního srovnávání. Podle teorie sociálního srovnávání vede k afiliaci možnost ocenění vlastní síly a slabosti, předností a nedostatků (Festinger, 1954). Dochází k tomu zejména tehdy, když není k dispozici objektivní měřítko správnosti našeho chování použitelné pro jedince. V takové situaci se jiní lidé stávají subjektivním měřítkem, vůči kterému jedinec poměřuje sám sebe (Výrost, Slaměník, 2008).

Takovéto srovnání může být prospěšné jen tehdy, pokud se jedinec srovnává s lidmi přibližně ve stejném postavení. Podnětem k navazování vztahů může být také spolupráce nebo společně vykonávaná činnost, kdy je možné získat ocenění a uznání. V rámci sociálního srovnávání se také může promítnout, zda potřebujeme druhé lidi na to, abychom se o sobě něco dozvěděli, nebo nepotřebujeme.

Shrnutí

Ačkoli existuje mnoho definic skupiny, sociální psychologové obecně souhlasí s tím, že skupina je soubor lidí, kteří se definují jako skupina a jejichž postoje a chování jsou řízeny normami skupiny. Členství ve skupinách často zahrnuje také sdílené cíle, vzájemnou závislost, vzájemný vliv a osobní kontakt. Lidé mají tendenci provádět snadné, dobře naučené úkoly lépe a těžké, špatně naučené úkoly hůře, v přítomnosti jiných lidí. Lidé mají tendenci vynakládat méně úsilí na výkon úkolů ve skupinách, než když jsou sami, pokud je úloha zapletená a zajímavá, jejich individuální příspěvek je jasně identifikovatelný nebo skupina je důležitá pro jejich vlastní definici. V takovém případě mohou někdy vynakládat větší úsilí ve skupině než samotné. Členství ve skupinách je dynamický proces, v němž se mění smysl jedince pro závazek, zabývá se různými úlohami v různých časech, dochází k ostrým přechodům mezi rolemi ve skupině. Skupiny vyvíjejí normy s cílem regulovat chování členů, definovat skupinu a odlišit skupinu od ostatních skupin. Skupiny jsou vnitřně strukturovány dle různých rolí, které regulují interakci a slouží kolektivnímu zájmu skupiny. Role předepisují chování. Role se také mezi sebou liší v jejich žádoucnosti a tím ovlivňují vztahy uvnitř skupiny. Skupiny jsou také vnitřně strukturované z hlediska podskupin a členů centrální a okrajové skupiny. Lidé se zapojují do skupin nebo vytvářejí skupiny, aby mohli dělat věci, které nemohou udělat sami, nebo za účelem získat sociální podporu nebo prostě jen pro potěšení ze společenské interakce.

Pojmy k zapamatování

Skupina dva nebo více lidí, kteří sdílí společnou definici sebe sama a chovají se v souladu s touto definicí

Teorie sociální facilitace tvrzení, že přítomnost ostatních zvyšuje výkonnost jedince

Teorie sociální inhibice je zjištění, že lidé při práci ve skupině pracují méně výkonně, ve srovnání s tím, když pracují samostatně

Normy postojová a behaviorální uniformita, která definuje členství a rozlišuje jednotlivé skupiny

Stereotyp široce sdílený a zjednodušený obraz sociální skupiny a jejích členů

Struktura skupiny rozdělení skupiny dle různých rolí, které se často liší s ohledem na status a prestiž

Role vzorce chování, které vzájemně liší v rámci různých aktivit uvnitř skupiny a vzájemně se propojují pro větší blaho skupiny

Status konsenzuální ocenění prestiže role nebo role obsazence ve skupině nebo prestiž skupiny a jejích členů jako díry.

Komunikační síť sada pravidel určuje možnost a snadnost komunikace mezi různými rolemi ve skupině

Rizikový posun tendence skupiny přebírat větší rizika než by učinil jednotlivec, kdyby se rozhodoval individuálně

Skupinová polarizace posun směrem k extrémnější pozici vyplývající ze skupiny diskuse

Cvičení

Zobecněné představy o skupinách lidí na základě sociálních skupin, k nimž přináleží, jsou známy jako _____. Doplňte.

Vysvětlete, jak je přítomnost ostatních spojena se sociální facilitací?

Kontrolní otázky

1. Co dělá skupinu skupinu?

2. Jak a proč přítomnost jiných lidí ovlivňuje výkon jednotlivce?

3. Využijte své znalosti sociální inhibice, abyste vysvětlili, proč jsou pracovníci někdy méně produktivní, než se očekávalo.

4. Role mají důležitou funkci ve skupinách - ale může být role nebezpečná?

Korespondenční úkol

Napište esej na téma: Proč se lidé sdružují do skupin?

Literatura

(1) Baumeister, R. F., Bushman, B. J. *Social psychology and human nature*. Belmonst: Wadsworth, 2011. 832. Edice, 7. ISBN 978-0-495-60133-3.

(2) Festinger, L. A theory of social comparison processes. Human Relations. Thousand Oaks,CA: SAGE, 1954, 7, 117–140. ISSN 0018-7267.

(3) Gross, R. *Psychology: The Science of Mind and Behaviour*. Edice, 6. London: Hodder Education, 2010. 912. ISBN 978-1444108316.

(4) Hogg, M. A., Vaughan, G. M. *Social psychology*. London: Pearson, 2011. 763. Edice, 6. ISBN 978-0273741145.

(5) Johnson, D. W., Johnson, F. P. *Joining together: Group theory and group skills*. Edice, 3. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1987. 672. ISBN 978-0205367405.

(6) Ingham, A. G., Levinger, G., Graves, J. and Peckham, V. The Ringelmann effect: Studies of group size and group performance. *Journal of Experimental Social Psychology*. Asterdam: Elsevier, 1974, 10, 371–384. ISSN 0022-1031.

(7) Janis, I. L. *Groupthink: Psychological studies of policy decisions and fiascoes*. Edice, 2. Boston, MA: Houghton Mifflin, 1982. 349. ISBN 978-0395317044.

(8) Karau, S. J. and Williams, K. D. Social loafing: A meta-analytic review and theoretical integration. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1993, 65, 681–706. ISSN 0022-3514.

(9) Latané, B., Williams, K. D. and Harkins, S. G. Many hands make light the work: The causes and consequences of social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1979, 37, 822–832. ISSN 0022-3514.

(10) Levine, J. M., Moreland, R. L. and Choi, H. S. (2001). Group socialization and newcomer innovation. In M. A. Hogg, R. S. Tindale (Eds.) *Blackwell handbook of social psychology: Group processes* (pp. 86–106). Oxford, UK:Blackwell.

(11) Moscovici, S. and Zavalloni, M. (1969). The group as a polarizer of attitudes. Journal of Personality and Social Psychology, 12, 125–135.

(12) Myers, D. G. and Lamm, H. (1975). The polarizing effect of group discussion. American Scientist, 63, 297–303.

(13) Newcomb, T. M. (1965). Attitude development as a function of reference groups: The Bennington study. In H. Proshansky and B. Seidenberg (eds), Basic studies in social psychology (pp. 215–225). New York: Holt, Rinehart and Winston.

(14) Schachter, S. (1959). The psychology of affiliation. Stanford, CA: Stanford University Press.

(15) Sherif, M. (1936). The psychology of social norms. New York: Harper.

(16) Stoner, J. A. F. (1968). Risky and cautious shifts in group decisions: the influence of widely held values. Journal of Experimental Social Psychology, 4, 442–459.

(17) Tuckman, B. W. (1965). Developmental sequence in small groups. Psychological Bulletin, 63, 384–399.

(18)Výrost, J., Slaměník, I. *Sociální psychologie*. Praha: Grada, 2008. 416. Edice, 2. ISBN 978-80-247-1428-8.

(19)Wetherell, M. S. (1987). Social identity and group polarization. In J. C. Turner, M. A. Hogg, P. J. Oakes, S. D. Reicher, and M. S. Wetherell, Rediscovering the social group: A self-categorization theory (pp. 142–170). Oxford, UK: Blackwell.

(20)Williams, K. D., Karau, S. J. and Bourgeois, M. (1993). Working on collective tasks: Social loafing and social compensation. In M. A. Hogg and D. Abrams (eds), Group motivation: Social psychological perspectives (pp. 130–148). London: Harvester Wheatsheaf.

5 Sociální vliv a osobní kontrola

Cíl kapitoly

Po nastudování této kapitoly byste měli být schopni:

- *Vysvětlit různé druhy sociálního vlivu.*
- *Chápat zdorje a sílu tohoto vlivu.*
- *Rozumět procesům stojícím za poslušností vůči autoritě.*
- *Znát etické otázky v sociálně psychologických experimentech.*
- *Popsat klasické studie konformity.*
- *Objasnit hlavní teorie konformity.*

Klíčová slova

Atribuce, autokinetický efekt, kompliance, konformita, informační vliv, příslušnost ke skupině, vlvi menšiny, normativní vliv, normy, sociální vliv.

Průvodce studiem

Nejprve si rychle ji projděte celou kapitolu, abyste získali představu o hlavních tématech. Pozorně si přečtěte souhrn, který je uveden na konci kapitoly. Napadnou vás otázky, na které najdete odpověď po přečtení celé kapitoly. Potom si kapitolu pozorně přečtěte. Při čtení se pokuste nalézt odpověď na otázky, které jste si položili. Pokuste se najít souvislosti mezi probíranou látkou a tím, co již víte. Po přečtení kapitoly se snažte vzpomenout si na hlavní myšlenky. Tento postup vám napomůže odhalit mezery ve vašich vědomostech a pomůže vám uspořádat si informace.

5.1 Druhy sociálního vlivu

Je vůbec nemožné žít mezi lidmi a přitom jimi nebýt v určitém smyslu ovlivněn? Někdy je snaha lidí ovlivnit naše myšlení či chování zjevná, např. když nás učitel vykáže z místnosti. Pokud poslechneme, jedná se o tzv. obedienci (poslušnost), protože jsme se podvolili osobě s vyšší sociální mocí. Kromě obedience existují samozřejmě i další způsoby aktivních forem sociálního vlivu, kdy se jedna osoba pokouší o záměrnou změnu něčího chování či uvažování (Gross, 2010). Na druhé straně však nemusí být sociální vliv takto přímočarý a záměrný. Občas stačí pouhá přítomnost druhých lidí, aby se naše chování změnilo. Většinou omezíme nebo

úplně vyloučíme společensky nepřijatelné formy chování. Existuje však i pasivní forma sociálního vlivu (Gross, 2010). Tato forma se projevuje třeba v tom, jaké šaty nosíme, jakou hudbu posloucháme apod. Jde o tzv. konformitu. Naši vrstevníci na nás uplatňují svůj vliv, abychom se chovali určitým způsobem, aniž by nám to však explicitně přikazovali. V oblasti sociálního vlivu rozlišujeme několik základních fenoménů, mezi které patří konformita, obedience a kompliance.

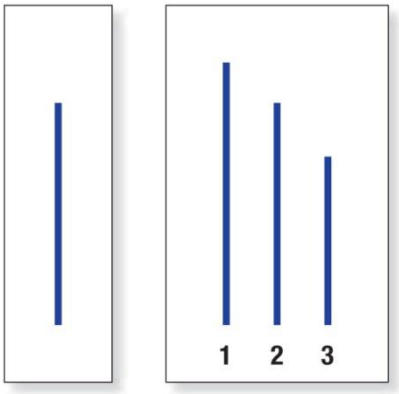
5.2 Konformita

Konformita je jev, který byl zkoumán od poloviny 30. let 20. století velmi intenzivně, až do konce 60. let a začátku 70. let. Poté zájem o tento fenomén upadl, protože se zdál již výzkumníkům dostatečně probádaný. Konformita je vyhovění sociálnímu vlivu aniž, se o toto vyhovění žádá. To je velice důležitá podmínka. Tzn., člověk vyhoví spontánně, sám od sebe, na základě svého uvažování, aniž by mu někdo řekl, aby to či ono udělal. Crutchfield (1955) chápe konformitu jako podvolení se skupinovému taku. Zimbardo a Lieppe (1991) definují konformitu jako změnu v přesvědčení nebo v chování jedince jako odpověď na reálný či imaginární skupinový tlak, aniž by zde byla přímá žádost o vyhovění nebo jakýkoliv jiný důvod ospravedlňující změnu chování. Skupinový tlak je společným jmenovatelem řady definicí konformity. Tento tlak je přitom uplatňován skrze skupiny, které jsou pro daného jedince v tu kterou dobu důležité, jako rodiče, vrstevníci či skupina, jejímž členem by se chtěl stát. Konformita neznamená držet se určité množiny postojů a hodnot, ale spíše podvolení se skutečnému nebo imaginárnímu tlaku nějaké skupiny, ať už má majoritní či minoritní status (Gross, 2010). Mezi první experimentální výzkumníky konformity se zařadili M. Sherif a S. Asch.

Sherif (1935) v jednom ze svých prvních výzkumů použil optickou iluzi (tzv. autokinetický efekt), kdy nehybný světelný bod se při pozorování v tmavé místnosti jeví, jakoby se pohyboval. Probandům bylo řečeno, že se světelným bodem bude pohybováno a jejich úkolem je říkat, jak o kolik si myslí, že se světelný bod posunul. Experiment probíhal tak, že nejdříve byli probandi testováni jednotlivě, přičemž měli několikrát posoudit rozsah pohybu světelného bodu. Odhady ze začátku hodně variovaly, ale nakonec se ustálily a staly se více konzistentními pro danou osobu, i když zde byla velká interindividuální variabilita. Poté se podmínky experimentu změnily tak, že probandi před vyslovením vlastního odhadu slyšeli odhady dvou dalších účastníků výzkumu. Za těchto podmínek se odhady jednotlivých probandů stávaly více a více podobnými. Utvořila se takto jakási skupinová norma, která reprezentovala průměr odhadů jednotlivých probandů. K tomuto jevu došlo také tehdy, pokud byly probandi od počátku experimentu testování v malých skupinách.

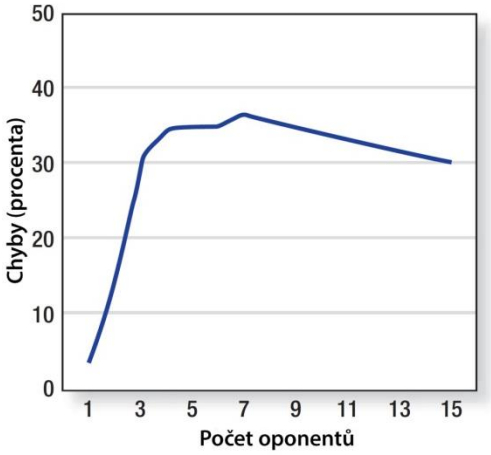
Dle Sherifa (1935) používali probandi odhady druhých lidí jako měřítko, ke kterému se vztahovaly v této nejednoznačné situaci. Když byli poté participanti výzkumu znovu testování samostatně, jejich odhady se blížily více skupinové normě, než jejich původním odhadům, které učinily na úplném začátku experimentu. Asch (1951) prováděl své experimenty se skupinovým vlivem tak, že např. skupina 8

jedinců byla instruována, že budou posuzovat velikost úsečky na základě vzorové délky. Byla jim promítnuta úsečka o určité délce a následně byly promítány tři úsečky různých délek, přičemž se měli členové skupiny v přesně stanoveném pořadí vyjadřovat, zdali je to stejná úsečka nebo zdali je to jiná úsečka. Finta byla v tom, že sedm probandů bylo spolupracovníky experimentátora a osmý účastník výzkumu byl tzv. naivní osoba.



Obrázek 12 Podnětové karty použité v Aschových výzkumech konformity. Účastníci rozhodovali, zda úsečky 1, 2 nebo 3 odpovídající srovnávací úsečce. *Zdroj: Gross, 2010*

Když byl rozdíl mezi vzorem a promítanou úsečkou příliš velký, tak i kdyby všech sedm řeklo, že obě úsečky jsou stejné, tak by to nemělo smysl, protože by ničeho nedosáhli. Zajímavé to začalo být v momentě, kdy si byly promítaná úsečka se vzorem velice velikostně blízké. Pokusná osoba sice byla primárně rozhodnuta říct, že promítaná úsečka je delší, ale když jeden, druhý, třetí, čtvrtý, pátý, šestý a sedmý člen skupiny řekl, že jsou stejně velké, tak asi 33 % probandů, čili řádově třetina lidí, se přidala a řekla tentýž, byť nesprávný názor. Ve své pilotní studii, kdy Asch (1951) testoval probandy individuálně, byly z celkového počtu 720 pokusů jen 3 chybné.



Obrázek 13 Se zvyšujícím se počtem konfidentů z jednoho na čtyři se dramaticky zvýšila konformita. Jak konfidentů přibývalo, konformita se ustálila. *Zdroj: Gross, 2010*

Výzkumy konformity se zabývaly různými fenomény, posuzováním toho či onoho světelného bodu nebo různých jiných věcí. Vždy se docházelo zhruba ke stejnému výsledku (Gross, 2010). Čili dá se říct, že v populaci je zhruba třetinová konformní pohotovost. Když to takhle řekneme, tak samozřejmě odhlížíme od dalších souvislostí. Měli bychom pravděpodobně zjišťovat i osobnostní strukturu daného jedince, měli bychom zjišťovat jeho momentální konstelaci, protože jsou momenty a situace, ve kterých i jinak obecně ke konformitě náchylný jedinec se postaví na zadní, protože najednou se zdá, že když bude zase souhlasit, tak bude ostatním pro srandu. Z toho důvodu se konformita už nezkoumá jako celek, protože jde skutečně o hlubší jev. Konformita je velice významný a široký pojem, bez kterého by nebylo sociálního učení a bez kterého by společnost dost dobře nemohla fungovat (Hogg, Vaughan, 2011).

U konformity rozlišujeme několik stupňů, kdy jedním z těchto stupňů je, že si jasně uvědomujeme, že náš názor resp. náš postoj k dané věci se liší od postojů ostatních členů skupiny, ale my se přizpůsobíme mínění většiny. Může se tak dít např. v situacích ohrožení nebo naopak, když se pokoušíme získat nějaké výhody. Opakovaně třeba musí člověk zvednout ruku v rámci nejrůznějších usnesení, i když s nimi bytostně nesouhlasí, poněvadž po osobních zkušenostech ví, že hranice mezi jakžtakž snesitelným životem a velkými problémy je velice tenká a ze zbabělosti se konformně přizpůsobí. Čili člověk může být konformní ze zbabělosti, protože chce buď minimalizovat riziko, anebo chce získat nějakou výhodu. Např. muž touží po nějaké dívce a je svědkem toho, jak dívka s nadšením hovoří o vrcholných hereckých výkonech ve filmu „Stmívání“. Přestože onen muž si myslí, že je ten film jedna velká hrůza, tak řekne, že je to skutečně vynikající film a že takovýto skvělý filmový zážitek již dlouho neměl.

Konformita neexistuje bez skupiny a bez společnosti. Rozlišujeme ještě pojmy jako je nonkonformista a antikonformita (Bordens, Horowitz, 2006). Nonkonformita je opakem konformity, jde o udržení si svébytného názoru bez ohledu na postoje a názory zastávané skupinou. Antikonformita je konformita na minus prvou, když to řekneme matematicky. Jinými slovy je to křečovité nesouhlasení za každou cenu. Dostavuje se někdy u lidí konformních, kteří mají dojem, že by ztratili tvář, kdyby se opět podvolili skupinovému tlaku, a začnou se tzv. „stavět na zadní“. Musíme ještě zdůraznit, že vždy je třeba brát v potaz kontext, protože za jistých okolností se tentýž člověk přizpůsobí, za jiných okolností se tentýž člověk nepřizpůsobí. Je to dáno tím, že konformita je velice složitý sociální jev, kde hrají významnou roli další mnohem jemnější činitelé.

5.3 Obedience

Obedince (poslušnost) je příkladem aktivní a úmyslné formy skupinového vlivu, kdy po nás někdo z pozice své autority požaduje, abychom se chovali v určitých situacích určitým způsobem. Pokud uposlechneme, říkáme, že jsme vyhověli přímé žádosti nebo instrukcím nějaké autority. O vyhovění mluvíme také tehdy, když nás někdo

požádá o to, abychom něco udělali, nebo pokud se na nás někdo obrátí s přímou žádostí, např. když se na nás obrátí prodavač s tím, abychom si vyzkoušeli nějaký výrobek. Caldini (in Gross, 2010) identifikoval čtyři faktory, které se podílejí na formování pozitivní odpovědi, jsme-li o něco žádáni:

1. **Reciprocita** – vychází ze sociální normy, že bychom se k druhým měli chovat tak, jak se oni chovají k nám. Gross (2010) v této souvislosti uvádí, že připojení drobné pobídky (např. finanční) k dotazníku, zvyšuje jejich návratnost až o 20 %, zatímco přislíbená finanční odměna za vyplnění dotazníku nemá takový efekt.
2. **Náklonnost** – máme sklon odpovídat „ano“ lidem, kteří se nám líbí. Takto mohou být lidé zmanipulováni např. fyzickou atraktivitou osoby, která se ptá, nebo vyjádřením souhlasu a prezentováním podobných postojů apod.
3. **Sociální utvrzení** – žadatel u nás může pohotovost k vyhovění vyvolat také tím, že druzí lidé rovněž již vyhověli.
4. **Nedostatek** – odkazuje se na tendenci lidí hodnotit nedostatkové věci jako vzácné. Např. obchodník nám tvrdí, že má již poslední výrobek, nebo že máme jedinečnou životní šanci apod. Netýká se to ovšem jen hmotných věcí, ale také informací (viz novinové titulky hlásající, že jde o exkluzivní informace atd.).

5.4 Rozdíl mezi konformitou a obediencí

Dle Milgrama (1992, in Gross 2010) jak konformita, tak obedience, vyjadřuje zřeknutí se vlastního úsudku v důsledku vnějšího sociálního vlivu. Gross (2010) uvádí tři hlavní rozdíly mezi konformitou a obediencí:

1. U konformity není přítomen explicitní požadavek na to, chovat se určitým způsobem, zatímco u obedience jsme požádáni nebo instruováni něco udělat.
2. Při konformitě na nás mají vliv naši vrstevníci, příp. lidé nám rovni, a výsledné chování se stává více homogenním, zatímco u obedience je od počátku zřetelný rozdíl v sociálním statusu a autoritě, kterou žádající osoba uplatňuje, není zde vzájemný vliv.
3. Konformita souvisí s potřebou být akceptován druhými, a nese sebou nutnost, jít s davem ve skupinových situacích. Obedience naproti tomu souvisí se sociální silou, statusem a autoritou v hierarchicky strukturovaných situacích. Obvykle odmítáme nařčení z toho, že se chováme konformně, protože nám to ubírá na pocitu individuality. Zatímco při poslušnosti odmítáme zodpovědnost za své chování.

Brown (1986) podotýká, že konformní chování je způsobené následováním příkladů v našem sociálním okolí, kdežto obedience je dána příkazem autority. Obedience byla také zkoumána experimentálně. Milgram (1963, 1965) na toto téma provedl několik experimentů.

Známým se stal Milgramův experiment z roku 1963. Když se účastníci výzkumu dostavili na Yelskou univerzitu, kde experiment probíhal, setkali se s mužem, který se jim představil jako experimentátor. Účastníkům byl představen také muž, který vystupoval pod jménem pan Wallace, jako jeden z dalších účastníků výzkumu. Ve skutečnosti se však jednalo o pomocníka experimentátora. Účastníkům experimentu bylo sděleno, že cílem výzkumu je zjistit efekt trestů na učení. Experiment vypadal tak, že vždy jeden z účastníků byl učitelem a druhý byl žákem. Participanti si své role losovali, ale losování bylo zmanipulované, takže pomocník experimentátora (pan Wallace), byl vždy žákem. Poté byli odvedeni do dvou sousedících místností. Nejprve šli do místnosti, v níž bylo jedno křeslo, k němuž byl připoután spolupracovník experimentátora, kterému byly na ruce připevněny elektrody, pomocí nichž dostával elektrošoky generované generátorem z vedlejší místnosti. Generátor ovládal učitel. Experimentátor poté odvedl učitele ke generátoru, kde učitel dostal na zkoušku elektrošok o síle 45 V, aby věřil, že vše je skutečné. Byl to jediný reálný elektrošok, který během celého experimentu padl. Generátor měl 30 tlačítek, kterými se regulovala síla elektrošoku v rozsahu od 15 V do 450 V. Učitel nejdříve četl žáku sérii slovních párů a následně četl vždy první slovo z páru, přičemž úkolem žák bylo vybrat z nabízených pěti možností správné slovo do páru. Pokaždé, když žák udělal chybu, dostal od učitele elektrošok a za každou následující chybu byla síla elektrošoku zvýšena o 15 V.

Milgram (1963) provedl celkem 18 experimentů, které byly variací jeho původního experimentu, popsaného v příkladu. V jedné variantě spolupracovník experimentátora při 300 V bušil na stěnu a při 315 V bušit přestal a nedával už žádné odpovědi. Jindy byly na magnetofonovou pásku nahrány zvuky, které měly simulovat reakci žáka na zvyšující se sílu elektrošoků. Kolem 105 V chrčel, při 120 V křičel, že šoky jsou již bolestivé, při 135 vydával bolestivé skřeky, při 150 V křičel, že už chce experiment ukončit, při 270 V křičel v agónii, při 300 V zoufale volal, že už nebude odpovídat, při 315 V vydal bolestivý výkřik a pak se odmlčel a již vůbec nereagoval a nastalo zlověstné ticho. Učitel byl však experimentátorem instruován, že má mlčení brát jako hybu a pokračovat v udílení elektrošoků. V případě, že učitel již odmítl dále elektrošoky udělovat, měl experimentátor připraveny fráze jako: „Prosím, pokračujte.“, nebo „Experiment si vyžaduje, abyste pokračoval.“ atp. Učitelům bylo také řečeno, že elektrošok, přestože zabolí, nezpůsobí žáku žádnou trvalou újmu na zdraví. Výsledkem bylo, že všichni učitelé dosáhli v udílení elektrošoků minimálně úrovně 300 V, přičemž 65 % učitelů se dostalo až na úroveň 450 V. Ve verzi experimentu, kde bylo použito hlasové zpětné vazby, dosáhlo hranice 450 V 62,5 % učitelů.

Proč lidé poslouchají? Podle Milgrama (1965) je tímto důvodem rozptýlení zodpovědnosti a vnímání legitimní autority. V dalších experimentech Milgram změnil uspořádání experimentu tak, že např. neprobíhal na Yelské univerzitě, ale v laboratoři na předměstí, v jiné verzi experimentu zase nebyl experimentátor fyzicky přítomen v místnosti s učitelem. V návaznosti na uspořádání experimentální situace se měnil i počet lidí, kteří vykazovali poslušnost. Podobný experiment jako Milgram uskutečnili Sheriden a King (1972), kdy úkolem studentů, kteří se jako dobrovolníci

experimentu zúčastnili, bylo trénovat štěňata. Opět se jednalo o to, jak velký elektrošok jsou lidé na příkaz experimentátora ochotni štěněti udělit.

5.5 Kompliance

Další významný pojem v oblasti sociálního vlivu je kompliance. Je to počeštěný anglický výraz compliance. Česky nejpřesnější překlad zní vyhovění. Na rozdíl od konformity, zde člověk vyhoví přímé žádosti v situaci, kdy by jinak nevyhověl. Pojem kompliance samozřejmě nelze vztáhnout na situace typu „Prosím tě půjčíš mi tužku? – Ano. Tu máš.“ To je sice také vyhovění, ale pochopitelně zde není žádný důvod nevyhovět. Komplianci můžeme vztahovat na situace, kdy např. člověk nesouhlasí nebo respektive nepřipouští si závažnost nějakého onemocnění, a tudíž podceňuje nezbytnost brát léky. A my potřebujeme, aby vyhověl požadavku lékaře. Takže musíme vymyslet nějakou lest, jak od něj onen souhlas, přijetí resp. vyhovění získat. To je jedna oblast. Drogová závislost je další z oblastí, kdy pacient nechce s námi spolupracovat. Odmítá připustit si problém, odmítá brát léky, a my musíme udělat něco, abychom jeho odpor obešli a získali vyhovění, protože bez něho se nedá nic dělat. Samozřejmě se s tímto problémem setkáme i v řadě jiných lidských činností, jako je marketing, reklama apod. Gross (2010) uvádí pro ilustraci několik málo technik, které lze při snaze získat vyhovění použít:

1. **Foot-in-the-door** – do češtiny lze název této techniky přeložit jako „noha ve dveřích“. Noha ve dveřích je zde myšleno jako příměr, který znamená to, co pravděpodobně všichni známe, a sice když přijde obchodní cestující, zazvoní, my otevřeme dveře a on řekne: „Dobrý den.“ a my máme sto chutí mu zabouchnout dveře před nosem. Ale on do dveří strčí nohu a řekne: „Jen si mě prosím alespoň poslechněte.“ Celá finta této techniky spočívá v tom, že se snažíme získat v prvním kole souhlas cílové osoby s nějakou maličkostí, a pokud se nám to podaří, tak po ní chceme další věc, která je však už podstatně náročnější a ona nám často také vyhoví.

   Dobrovolník nějaké osvětové organizace bude obcházet domy, zazvoní a řekne „Dobrý den. Já jsem z Ligy boje proti rakovině. My teď pořádáme propagační akci a chtěl bych Vás požádat, zda by Vám nevadilo, kdybych na Váš sloupek dal malou samolepku, aby si lidé všimli, že Vy také souhlasíte.“ Nic nás to nestojí, a pokud nejsme asociálové, tak řekneme „Tak jo. Proč ne? Rakovina je zhouba, tak si to tam vylepte.“ Jiný dobrovolník z téže organizace pak zazvoní za měsíc znovu a řekne „Bylo to perfektní, mělo to úspěch, až na to, že ta samolepka je strašně malá. Potřebovali bychom Vám na plot dát poutač.“

   Čili my získáním souhlasu s něčím malým, to je ta noha ve dveřích, a tím ty pomyslné dveře otevřeme pro něco velkého, s čímž kdybychom přišli hned, tak nám na to dotyčný člověk snadněji řekne: „Ne! Tak to ani omylem.“ Účinnost této techniky se vysvětluje snahou lidí působit konzistentně jak

před sebou samými, tak před okolím. Aby byla technika efektivní, musí být mezi první malou žádostí a druhou větší žádostí časová prodleva. Pokud následují brzy po sobě, zvyšuje se pravděpodobnost, že cílová osoba naši žádost odmítne. Zjistilo se, že možnost odmítnutí se zvyšuje také tehdy, pokud obě žádosti učiní stejná osoba.

2. **Door-in-the-face** – volně lze do češtiny přeložit jako „přibouchnuté dveře“. Finta této techniky spočívá v tom, že nejdříve chceme po někom totální nehoráznost, kterou dotyčný snadno odmítne, a později za ním přijdeme znovu a chceme něco méně nehorázného, ale rovněž zatěžujícího nebo obtěžujícího a dotyčný člověk už napodruhé nenajde takovou sílu znovu nás odmítnout. Podstatné je, že se musí ptát vždy ta stejná osoba, která byla poprvé odmítnuta.

   Vysokoškolský profesor si k sobě zavolá vybrané studenty a řekne: „Vážení kolegové, potřebuji pomoct s jedním výzkumem. Bude to trochu náročné, protože budete muset každý den o půl druhé v noci začít a zpovídat dělníky, vracející se z noční směny. Bude to trvat zhruba měsíc každý den. Navíc to nebudu honorovat, protože jsem na to nedostal grant.“ Mimo servilních jedinců by asi takovýto požadavek každý odmítnul. Řekl by „Víte co. Já vím, že je to ušlechtilé a všechno, ale bohužel já se teď musím učit anatomii.“ Načež onen profesor by si je za týden znovu zavolal a řekl: „Pánové, fakt to byla hloupost. To je pravda. Ale já bych potřeboval pomoct ještě s jedním výzkumem, nebude to od půlnoci, bude to od sedmi ráno, ale bude potřeba opravdu ob den, vždycky tak ty dvě-tři hodinky dopoledne.“ A už by se ta odmítavost začala lámat.

   Čili jde o to, že když nejdříve chceme něco, co je jednoduše odmítnutelné, a pak chceme něco jako kdyby hůře odmítnutelné, a jsme to opět my, kdo se ptá, tak dotyčný člověk nachází obtížněji odhodlání nás znovu odmítnout. Tím pádem můžeme získat vyhovění, čili komplianci pro náš záměr. Vyhovění zde má formu ústupku, který staví na tom, že žadatel se jeví, jako by udělal ústupek a cílová osoba se cítí provinile a má v rámci zachování reciprocity potřebu vyhovět umírněnějšímu požadavku.

3. **Low-ball-procedure** – do češtiny lze low-ball-procedure volně přeložit jako nízce letící míč. Nízce letící míč, který nám připadá, že ho snadno zpracujeme. Finta spočívá v tom, že člověka dostaneme do situace „pracka v láhvi“. Pracka v láhvi je příměr k chytání opic v Indii, kdy do džbánu nasypou rýži, opice přijde, strčí tam packu a jakmile tu rýži chytne, čímž zatne pěstičku, už ji nedostane tím hrdlem ven. Opice uvažuje podobně jak člověk, když něco držím tak to nepustím, i když mě kvůli tomu chytnou.

   Této techniky se využívá zejména v prodeji a v reklamě, kde se nás snaží nachytat na neuvěřitelně výhodnou nabídku, resp. výhodnou možnost. Např. vidíte billboard hlásající – Renault Clio jen za 170 tis. Kč. Řeknete si „To je zadarmo.“ a vypravíte se do dané prodejny. Tam Vám prodavač sdělí, že

bohužel poslední model již prodali a další mít nebudou, nicméně mají tady podobný model, který však má již zabudovanou klimatizaci, auto navigaci atd., ale je už o 30 tis. Kč dražší. Vy, protože již jste se rozhodli, koupit si auto a už jste se viděli, jak se v něm vezete (to je ta příslovečná „pracka v láhvi“), tak často z obchodu jen tak s prázdnou neodejdete a souhlasíte s koupí o něco dražšího modelu. Na tomto principu fungují všechny rádoby slevové akce apod.

Technik k získání kompliance je daleko více. Stále se zkoumají, už jen proto, že jsou lehce zneužitelné, ale mnohdy takto konáme v takříkajíc „svatém“ zájmu, zejména ve zdravotnictví. Např. naše zdravotnictví dneska ztroskotává na tom, že už se nedají financovat lékové nároky, protože to stojí desítky miliard korun ročně. Přitom řada lidí léky, které jsou i drahé, zinkasuje, někde strčí nebo dokonce vyhodí. Takže kdyby například se získalo větší procento lidí, kteří by s léčivy zaházeli hospodárněji, byla by to výhra.

Shrnutí

Sociální vliv může vést k dodržování požadavků na akceptované chování, poslušnosti příkazům, internalizované shodě se skupinovými normami a ke změně postojů. Lidé mají tendenci být ovlivňováni spíše referenčními skupinami, protože jsou psychologicky významné pro naše postoje a chování než členské skupiny, neboť jsou to skupiny, ke kterým patříme díky externím kritériem. Za určitých okolností máme všichni tendenci poslechnout spelě příkazy autority, i když důsledky takové poslušnosti mohou být fatální. Poslušnost je ovlivněna blízkostí a legitimitou autority. Skupinové normy jsou nesmírně silné zdroje konformity, všichni je většinou většinou uznávají. Konformita může být snížena, pokud nejsme pod dohledem, ačkoli i za těchto okolností je často přítomna zbytková konformita. Nedostatek jednomyslnosti mezi většinou ve skupině je zvláště účinný při snižování konformity. Lidé se chovají konformě, aby se ujistili o platnosti svých názorů, aby získali sociální souhlas a aby se vyhnuli sociálnímu odvržení nebo aby vyjádřili či potvrdili svou identitu coby člena určité skupiny. Byla intenzivně studována řada technik, které se zabývají způsoby, jak zmanipulovat jinou osobu, aby vyhověla našim požadavkům. K dispozici jsou také techniky s více požadavky (foot-in-the-door, door-in-the-face a low-ball procedure), ve kterých první požadavek funguje jako manipulace pro druhou skutečnou žádost.

Pojmy k zapamatování

Normativní vliv jít společně s davem, aby byl člověk oblíben a přijat

Autokinetický efekt iluze způsobená velmi nepatrnými pohyby oka, kdy se zdá, že stacionární světelný bod v temné místnosti se pohybuje

Skupinové normy víry nebo chování, které skupina lidí přijímá jako normální

Informativní vliv jít společně s davem, protože si myslíme, že dav ví více než my

Soukromá akceptace skutečná vnitřní víra, že ostatní mají pravdu

Veřejná konformita na oko jsme se skupinou, ale udržuje si soukromou, vnitřní víru, že skupina se mýlí

Foot-in-the-door technika technika založená na principu, kdy začínáme s malou žádostí, abychom nakonec dosáhli splnění většího požadavek

Low-ball technika technika založená na principu, kdy nejdříve osoba vyhoví žádosti se zdánlivě nízkými náklady a až později jsou jí odhaleny skryté dodatečné náklady

Door-in-the-face technika technika založená na principu, kdy začínáme s přehnanou žádostí a pak se uchýlíme k menší žádosti, která se jeví jako kompromis

Cvičení

Popište příklad techniky techniky fooo-in-the-door při přesvědčování.

Marek požádal svého spolubydlícího Tomáše, aby výjimenčě uklidil i jeho pokoj jako laskavost. Když to Tomáš odmítne, Marek vznese mírnější požadavek, a sice, aby Tomáš přes víkend krmil jeho morče. Jaká přesvědčovací technika byla použita v tomto příkladu?

Popište, co se stalo v Milgramových studiích, když byl přítomen učitel, který odmítl pokračovat.

Kontrolní otázky

1. Jak se konformita liší od poslušnosti?
2. Je pravda, že ženy se přizpůsobují společenskému tlaku více než muži?
3. Proč Stanley Milgram podstoupil své kontroverzní studie o poslušnosti autoritě?
4. Jak ovlivňuje sociální kontext lidi, když potřebují veřejně vyjádřit své názory?
5. Jaké jsou dva hlavní procesy sociálního vlivu?

Korespondenční úkol

Zamyslete se a napište esej na téma, zda může menšinová skupina skutečně přinést společenskou změnu tím, že čelí většině?

Literatura

(1) Asch, S. E. Effect of group pressure upon the modification and distortion of judgements. In H. Guetzkow (Eds.) *Groups, Leadership and Men*. Pittsburgh, PA: Carnegie Press, 1951, 177-190. ISBN

(2) Baumeister, R. F., Bushman, B. J. *Social psychology and human nature*. Belmonst: Wadsworth, 2011. 832. Edice, 7. ISBN 978-0-495-60133-3.

(3) Bordens, K. S., Horowitz, A. I. Social psychology. Edice, 3. Malden: FreeLoad Press, 2008. 448. ISBN 1-930789-04-1.

(4) Crutchfield, R. S. Conformity and character. *American Psychologist*. Washington: APA, 1955, 10, 191-198. ISSN 0003-066X.

(5) Gross, R. *Psychology: The Science of Mind and Behaviour*. Edice, 6. London: Hodder Education, 2010. 912. ISBN 978-1444108316.

(6) Hogg, M. A., Vaughan, G. M. *Social psychology*. London: Pearson, 2011. 763. Edice, 6. ISBN 978-0273741145.

(7) Milgram, S. Behavioral study of obedience. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. Washington: APA, 1963, 67, 371-378. ISSN 0021-843X.

(8) Milgram, S. Liberating effects of group pressure. *Journal of Personality & Social Psychology*. Washington: APA, 1965, 1, 127–134. ISSN 0022-3514.

(9) Sheridan, C. L., King, R. G. Obedience to authority with an authentic victim. *Proceedings of the 80th Annual Convention, American Psychological Association*. 1972, 7 (1), 165–166.

(10) Sherif, M. A study of some social factors in perception. Archives of Psychology (Columbia University), No. 187, 1935, 60.

(11) Výrost, J., Slaměník, I. *Sociální psychologie*. Praha: Grada, 2008. 416. Edice, 2. ISBN 978-80-247-1428-8.

(12) Zimbardo, P. G., Leippe, M. *The Psychology of Attitude Change and Social Influence*. New York: McGraw-Hill, 1991. 437. ISBN 978-0070728776.

6 Atraktivita

Cíl kapitoly

Po nastudování této kapitoly byste měli být schopni:

- *Vysvětlit evoluční význam fyzické přitažlivosti (atraktivity).*
- *Porozumět tomu, co činí člověka přitažlivého pro druhé lidi.*
- *Posat jak spolu souvisí různé kontextové faktory a fyzická přitažlivost.*
- *Chápat vliv kultury na fyzickou přitažlivost.*
- *Rozumět roli fyzické atraktivity při výběru partnera.*

Klíčová slova

Atraktivita, instinkt, láska, efekt pouhého vystavení, metanalýza, potřeba sounáležitosti, proximita, teorie sociálního srovnávání, teorie sociální výměny.

Průvodce studiem

Nejprve si rychle ji projděte celou kapitolu, abyste získali představu o hlavních tématech. Pozorně si přečtěte souhrn, který je uveden na konci kapitoly. Napadnou vás otázky, na které najdete odpověď po přečtení celé kapitoly. Potom si kapitolu pozorně přečtěte. Při čtení se pokuste nalézt odpověď na otázky, které jste si položili. Pokuste se najít souvislosti mezi probíranou látkou a tím, co již víte. Po přečtení kapitoly se snažte vzpomenout si na hlavní myšlenky. Tento postup vám napomůže odhalit mezery ve vašich vědomostech a pomůže vám uspořádat si informace.

6.1 Atraktivní lidé

Každý pozná, když je k někomu přitahován. Je touto osobou upoután, okouzlen a možná je do ní dokonce i zamilován a chce s takovou osobou trávit stále více a více společného čas. Na jedné straně je přitažlivost (atraktivita) nezbytná pro vznik přátelství jakéhokoliv druhu, přestože první setkání bývá často ryze náhodné. Přitažlivost je také významným předpokladem vzniku intimního vztahu.

Možná věříte populárním výrokům, jako nikdy neposuzujte knihu podle obalu, nebo krása je pouze povrchní apod. Naneštěstí pro některé z nás existuje řada důkazů, že primárním faktorem při hodnocení ostatních lidé je právě to, jak vypadají. Systematická metaanalýza více jak sto studií, kterou realizoval Langlois a kol. (2000)

zjistila, že tyto výroky jsou spíše mýty. Autoři však upozorňují na to, že celkový dopad jejich zjištění je snížen, protože studie se většinou zaměřovali pouze na dvě kategorie – atraktivní a neatraktivní. S ohledem na tuto skutečnost, Langlois dospěl k závěru, že atraktivní lidé se liší od neatraktivních v tom, jak jsou posuzováni, jak jsou léčeni a jak se k nim chová okolí. Zde jsou některé z hlavních zjištění:

- Atraktivní děti získaly od svých učitelů vyšší známky, prokázaly vyšší úroveň intelektuální kompetence a byly více oblíbené a lépe přizpůsobené než jejich neatraktivní protějšky.
- Atraktivní dospělí byli úspěšnější ve svých zaměstnáních, více se těšili ze života, byli fyzicky zdravější a měli více sexuálních zkušeností než neatraktivní dospělí. Zaujímali spíše tradiční postoje, měli větší sebevědomí a měli mírně vyšší inteligenci a pevnější duševní zdraví.

K dalším výhodám, které atraktivní lidé mají, patří:

- Jde-li o ženu, dívají se na ni děti déle (Slater et al., 1998).
- Atraktivita je obecně spojována s ženskými rysy obličeje, a to i u mužských tváří a štíhlostí.
- Za atraktivní osoby jsou považováni mladiství, jsou považováni za upřímnější, a obžalované atraktivní ženy dostávají u soudu nižší tresty (Sigall, Ostrove, 1975).

Atraktivní děti dostávají lepší známky než neatraktivní děti. Landy a Sigall (1974) studovali tento efekt experimentálně na vysokoškolských studentech, kdy položili otázku, zda fyzická krásu signalizuje talent? Muži studenti pak hodnotili jednu ze ze dvou esejí různé kvality, na které byla připojena fotografie předpokládaného autora, studentky. Stejné eseje také hodnotila kontrolní skupina mužů, ale bez jakékoli fotografie. Dobré a špatné eseje byly spárovány buď s fotografií atraktivní studentky, nebo s fotografií neatraktivní studentky. Závěr výzkumu pak byl, že ano, fyzická krása je opravdu spojována s talentem.

6.2 Co zvyšuje sympatie?

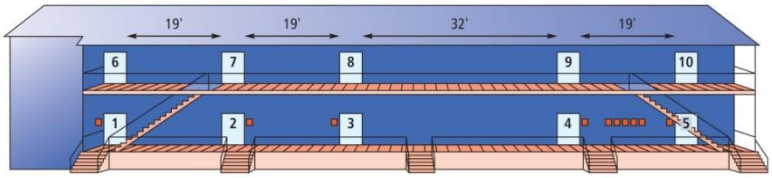
Jaké faktory v nás vzbuzují sympatie k dalšímu člověku? Tato otázka byla velmi dobře prozkoumána a bylo identifikováno několik klíčových faktorů, které určují, jakým způsobem lidé v sobě naházejí ještě větší zalíbení.

6.2.1 Blízkost (proximita)

To, co má vliv na to, zda se lidé stanou kamarády nebo milenci, je jednoduchá **fyzická blízkost** (angl. propinquity). Nemůžeme si oblíbit někoho, s kým se nikdy nesetkáme (i když ne všechna setkání musí být tváří v tvář). Nejtrvalejší přátelství vznikají mezi lidmi, jejichž cesty často protínají. Z mnoha náhodných setkání vyvěrá pocit pohodlnosti a familiárnosti, který často přeroste v něco hlubšího a

dlouhotrvajícího. Řada studií prokázala efekt blízkosti na to, z koho se stanou přátelé nebo romantičtí partneři. Tyto studie nejsou důležité, protože demonstrují, že vztah mezi blízkostí a přitažlivostí existuje, ale protože demonstrují, jak silný tento vztah je.

Jedna studie efektu blízkosti byla provedena ve čtyřicátých letech minulého století (Festinger, Schachter, Back, 1950). Byl proveden sociometrický průzkum. Každého požádali, aby jmenoval tři lidi, s nimiž se nejčastěji setkával. Důležitý byl tzv. vzorec přátelství v každé budově. 40 % studentů žijících v sousedních apartmánech se navzájem setkávali jako přátelé, ve srovnání s pouhými 10 % těch, kteří žili na opačných koncích chodby.



Obrázek 14 Diagram komplexu ubytovacích prostor na MIT (Festinger, Schachter, Back, 1950)

Proximita vede k přátelství, protože usnadňuje náhodné setkání. V souvislosti s proximitou se mluví o tzv. **funkční vzdálenosti**, která odráží míru architektonického uspořádání budovy pro podporu kontaktu mezi určitými lidmi.

Dostupnost a blízkost odráží skutečnost, že potřebujeme být v kontaktu s jinou osobou, abychom se stali přáteli. Blízkost pak činí pochopitelně tento kontakt pravděpodobnějším. Blízkost nejenže umožňuje vznik přátelství, to také ho dále prohlubuje. Proximita sebou nese tzv. **pasivní kontakt**. S tím souvisí tzv. **efekt očekáváné interakce**, kdy jen pouhé vědomí toho, že budeme s někým v interakci, vede k tomu, že máme tuto osobu rádi (Hogg, Vaughan, 2008). **Efekt expozice** je pravděpodobně nejjednodušším a nejzákladnějším vysvětlení efektu blízkosti (proximity). Výzkumníci shromáždili obrovské množství empirických důkazů o tom, že pouhá opakovaná expozice vede k oblibě něčeho. Cross, Halcomb a Matter (1967) provedli experiment, kdy jedna skupina krys vyrůstala prvních 52 dní života v prostředí, ve kterém hrála Mozartova hudba po dobu 12 hodin. Druhá skupina krys byla vystavena obdobnému plánu hudby Schoenberga. Výsledkem bylo, že krysy, které „vyrostly“ na Mozartově hudbě trávily signifikantně více času na straně klece, kde hrála Mozartova hudba a naopak, krysy které od narození poslouchaly Schoenbergovu hudbu zase trávily více času na straně kelce, kde hrála Schoenbergova hudba. Dalším vysvětlením efektu blízkosti je klasické podmiňování.

6.2.2 Podobnost

Lidé mají tendenci mít rádi ty, kteří jsou jim v něčem podobní (Gilovich, Keltner, Nisbett, 2011). Viz např. přísloví: „Vrána k vráně sedá, rovný rovného si hledá.“ Whyte (1956) přinesl data o různých společenských setkáních, které se konaly na předměstí Chicaga.

Obrázek 15 Data o různých společenských setkáních, které se konaly na předměstí Chicaga. Whyte (1956)

Je zde patrný efekt blízkosti (proximity). Existují zde však výjimky z tohoto pravidla blízkosti. Lidé se stejnými zájmy někdy překročili hranice bezprostředního sousedství, aby si našli někoho jiného a navázali interakci. Podobnost zájmů, stejně jako blízkost, může vést k interakci a atraktivitě.

Např. páry, které se chtějí vzít, jsou navzájem velmi podobné v širokém spektru charakteristik. V jedné studii byli členové 1000 párů - z nichž se 850 nakonec vzalo – požádáni, aby o sobě podali informace v 88 charakteristikách (Burgess, Wallin, 1953). Analýza ukázala, že členové párů si byli navzájem mnohem více podobní, než členové experimentálně náhodně sestavených párů, a to průměrně v 66 z 88 charakteristik. V žádné z charakteristik se členové párů nelišili více než náhodně vytvořené páry. Podobnost párů byla nejsilnější v demografických charakteristikách (sociální třída, náboženství) a fyzických vlastnostech (fyzická přitažlivost), méně silná – ale přesto přítomná – v osobnostních charakteristikách (empatie). Manželské páry vykazují značné podobnosti ve způsobu chování a osobních charakteristikách jako extraverse a upřímnost (Buss, 1984). Zjistilo se, že mezietnické dvojice mají tendenci být si více podobní, pokud jde o jejich osobnost než páry stejné rasy a etnického původu. Jedno z možných vysvětlení je, že lidé kompenzují odlišnost v jedné dimenzi tím, že hledá větší podobnost v jiných dimenzích (Rushton, Bons, 2005).

Newcomb (1961) zrekrutoval muže z univerzity v Michiganu, aby žili jeden rok bezplatně ve velkém domě výměnou za vyplnění dotazníků. U mužů, kteří se spřátelili, zjistil, že kromě podobnosti hodnot a postojů, byla nejdůležitějším hlediskem míra podobnosti názorů na ostatní členy domu. Lidé jsou přitahováni k těm, kteří jsou jim podobní, viz **paradigma falešného cizince** (Gilovich, Keltner, Nisbett, 2011). Na toto paradigma bylo realizováno nesčetně výzkumů, z nichž vyplynulo, že čím více se cizinec podobal účastníkovi výzkumu, tím více se účastníkovi líbil.

Přestože většina lidí přijímá myšlenku, že podobnost podporuje přitažlivost, existuje také **teorie komplementarity**, která tvrdí, že naopak protiklady se přitahují (Gilovich, Keltner, Nisbett, 2011). Jedinci s rozdílnými charakteristikami by se měli navzájem dobře doplňovat a tak spolu dobře vycházet. Nicméně z výzkumů vyplývá, že pokud komplementarita existuje, má pouze omezený dopad na atraktivitu, na rozdíl od podobnosti. Komplementarita se pravděpodobně omezuje pouze na osobnostní rysy – a to ještě ne na všechny. Ačkoli byla tato teorie podpořena několika studiemi, mnoho z nich bylo kritizováno z metodologických důvodů a existuje navíc mnoho dalších studií, které tuto hypotézu nepotvrdily.

Lidé, kteří jsou nám podobní, potvrzují naše přesvědčení a životní orientaci. Byl proveden experiment, ve kterém byly měřeny fyziologické reakce na polygrafu (Clore, Gormly, 1974). Účastníci byli konfrontováni s osobou, která buď souhlasila, nebo nesouhlasila s jejich postoji a prokázalo se, že měli tendenci mít rádi toho, kdo souhlasil s jejich názory více než toho, kdo s nimi nesouhlasil. Podobnost usnadňuje interakce, jelikož interakce s nám podobnými lidmi jsou často uspokojující, protože probíhají bez problémů a zádrhelů. Jedna studie postavila do kontrastu celkovou důležitost postojů s jejich významem pro interakci. Podobnost postojů relevantních pro každodenní interakci má větší vliv na pocity účastníků než podobnost globálních postojů (Davis, 1981).

Očekáváme, že podobní lidé nás budou mít rádi, protože někdo, kdo je nám velmi podobný v mnoha dimenzích, bude vidět svět tak, jak ho vnímáme my, včetně té části světa, která je pro nás nejdůležitější – nás samých. Existuje jen málo psychologických fenoménů, které jsou základnější než naše tendence mít rádi lidi, kteří mají rádi nás (Gilovich, Keltner, Nisbett, 2011). Nám podobní lidé mají vlastnosti, které se nám líbí, z toho důvodu máme tendenci si myslet, že většina našich přesvědčení a postojů je proto správná.

6.3 Fyzická atraktivita

I když existují určité konstelace rysů, které většina lidí považuje za atraktivní, je zde značná variabilita v tom, co považují jednotliví lidé za atraktivní. Ačkoli jsou lidé predisponováni mít rádi ty, kteří jsou fyzicky atraktivní, je možný i opak. Máme tendenci mí rádi lidi, kteří se nám po fyzické stránce líbí, než ty, kteří se nám nelíbí (Kniffin, Wilson, 2004). Nejšťastnější páry mají tendenci idealizovat si fyzickou přitažlivost svého protějšku, tj. navzájem se vnímají jako fyzicky přitažlivější, i když tak nejsou viděny jinými (Murray, Holmes, 1997). Přestože jsou někteří lidé považováni za krásné po celý život, fyzická přitažlivost je méně stabilní veličinou než se většina lidí domnívá.

6.3.1 Dopady fyzické atraktivity

Atraktivní jedinci jsou mnohem více populární u členů opačného pohlaví, než jejich méně atraktivní protějšky. Indexy popularity jako je frekvence schůzek a hodnocení

přátelství, korelují s fyzickou přitažlivostí (Gilovich, Keltner, Nisbett, 2011). Studie, ve kterých byli po schůzkách naslepo probandi dotazováni, jak je přitahovali jejich partneři, prokázali, že lidé byli jednoznačně přitahováni k fyzicky atraktivním jedincům (Curran, Lippold, 1975). Studie video schůzek, ve kterých účastníci hodnotili, jak je přitahují jedinci na videokazetě, opět dospěly k podobnému výsledku (Riggio, Woll, 1984). Atraktivní jedinci jsou vyhledáváni častěji než jejich méně atraktivní vrstevníci.

Např. esej napsaná atraktivním studentem je hodnocena příznivěji, než když je napsána neatraktivním studentem. Studie také ukázaly, že na každé zlepšení o 1 bod na pěti bodová škále fyzické přitažlivosti připadá cca přírůstek o 2 000 dolarů u roční mzdy (Frieze, Olson, Russell, 1991). Muži pravděpodobněji přijdou na pomoc zraněné ženě tehdy, pokud je atraktivní, než neatraktivní ženě. Atraktivní obvinění jsou často porotci zproštěni viny a jsou-li uznáni vinnými, obdrží často nižší trest. Účastníci jedné studie navrhovali tresty odnětí svobody, které byly o 86 % delší pro neatraktivní obžalované než pro atraktivní (Landy, Sigall, 1974).

6.3.2 Haló efekt

Atraktivní jedinci také těží z **haló efektu**, tj. přesvědčení, že přitažliví lidé mají kormě fyzického vzhledu celou řadu dalších pozitivních vlastností. Lidé byli třeba požádáni, aby učinili závěry o osobách zobrazených na fotografiích, krásní muži a ženy byli považováni za šťastnější, inteligentnější, než jejich méně atraktivní protějšky. Jediná konzistentní záporná věc je, která se u atraktivních jedinců objevovala, byla, že jsou nemravní a je méně pravděpodobné, že budou dobrými rodiči. Atraktivní ženy jsou často vnímány jako marnivé a materialistické (Gilovich, Keltner, Nisbett, 2011).

Haló efekt variuje napříč různými kulturami. V individualistických kulturách jsou fyzicky atraktivní jedinci považováni za více dominantní a asertivní. V kolektivistických kulturách jsou atraktivní jedinci zase považováni za štědřejší, citlivější a empatičtější. Ve všech kulturách jsou atraktivní jedinci považováni za chytřejší, přizpůsobivější a společenštější než méně atraktivní osoby. Fyzicky atraktivní jedinci mají tzv. **podmanivou osobnost** (Gilovich, Keltner, Nisbett, 2011). Nicméně se zjistilo, že fyzicky atraktivní lidé nejsou nadprůměrně inteligentní v porovnání se zbytkem společnosti (Sparacino, Hansell, 1979). Zdá se, že atraktivní lidé jsou šťastnější, méně se stresují, jsou spokojenější se svým životem a vnímají sebe sama tak, že mají větší kontrolu nad životem.

Byl proveden experiment, kdy účastníci měli 5 minutové telefonní rozhovory s lidmi opačného pohlaví. Ti, kteří byli experimentátory považováni za atraktivní, byli hodnoceni jako příjemnější a více sociabilní než jejich méně atraktivní protějšky (Goldman, Lewis, 1977). Jedno z vysvětlení tohoto zjištění, je, že jednodušší a úspěšnější společenský život vyvolá v atraktivních osobách sebedůvěru a sociální dovednosti, které se neustále zlepšují.

6.3.3 Sebenaplňující se proroctví

Stereotyp fyzické přitažlivosti může vyústit v **sebenaplňující se proroctví** (angl.. self-fulfilling prophecy), tzn. tendenci jednat způsobem, který zapříčiní, že se stane to, co se očekáváme, že se stane. Snyder, Tanke a Berscheid (1977) provedli výzkum a zjistili, že muži s atraktivními ženami mluví způsobem, který u žen vyvolá vřelost a důvěru, čímž si dotyčné ženy potvrdily stereotyp, že jsou sociálně zdatné. Atraktivní kojenci dostávají od matek více láskyplné a hravé pozornosti než méně atraktivní kojenci, a to nastává ještě před opuštěním nemocnice, ve které se narodili (Langlois, Ritter, Casey, Sawin, 1995). Pokračujte to pak i v mateřské škole, kde jsou mezi vrstevníky více populární než neatraktivní děti (Dion, 1973).

Učitelé v mateřské škole a učitelé základních škol mají tendenci předpokládat, že atraktivní žáci jsou inteligentnější a lépe se chovají (Adams, 1978; Adams, Crane, 1980; Clifford, Walster, 1973; Martinek, 1981), viz např. Dionova (1972) známá studie o spáchaných přestupcích 7letých dětí. Už velmi malé děti (cca 3 měsíce staré) upřednostňují atraktivní tváře (Langlois a kol., 1991). Platí to i přesto, že rozdíl mezi atraktivními a neatraktivními tvářemi nebyl extrémní, tato preference platí jak pro mužské a ženské tváře, tak i pro tváře jiných kojenců (Langlois a kol., 1991). Předsudkům o fyzické atraktivitě jsou lidé vystaveni již extrémně brzy v životě a dokonce lze předpokládat, že tento předsudek může být přítomen už při narození. Např. kojenci se odvrátili od neatraktivního cizího člověka více než třikrát častěji než od atraktivního (Langlois a kol., 1991).

6.3.4 Fyzická atraktivita a pohlaví

Svět má tendenci soustředit se více na atraktivitu žen než mužů. Dívky s nadváhou mají menší pravděpodobnost, že budou přijaty na vysokou školu než jejich štíhlejší vrstevnice (Wooley, Wooley, 1980). Ženy, které jsou považovány za neatraktivní, dosahují v práci horších výsledků než muži (Bar-Tal, Saxe, 1976). Na fyzické přitažlivosti závisí popularita a příležitost ke sňatku spíše u žen než mužů (Margolin, White, 1987). Vyrůstání v prostředí s fluoridovanou vodou, která zlepšuje vzhled a kvalitu zubů, je spojena s průměrným nárůstem platu žen o 4 %, ale nemá vliv na výdělky mužů (Glied, Neidell, 2008).

Krása se může transformovat v hlavní sílu ženy. Funguje jako druh měny, kterou mohou ženy využít při získávání finančních a sociálních zdrojů. Tento druh vnější odměny povzbuzuje zájem žen o svou vlastní přitažlivost a dokonce je vyzývá k tomu, aby přijaly „jakýsi vnější pohled“ na své fyzické já (Tomi-Ann Roberts, 1997). Co Freud nazývá marnivostí žen, může být spíše považováno za taktiku přežití ve světě, který silně zdůrazňuje fyzickou atraktivitu.

Singh (1993) zjistil, že pro muže jsou nejatraktivnější ženy s poměrem pasu a boků cca 0,7 (posuzovala se silueta postavy). Níží poměr je typický pro tzv. postavu přesýpacích hodin, kterou muži shledávají jako žádoucí. Naopak ženy s vyšším poměrem pasu a boků, tj. ženy s větším břichem, jsou pro muže atraktivní méně.

Ženy preferují muže s poměrem pasu a boků 0,9, čili normální mužskou postavu (Singh, 1995). Singh pak přidal další proměnou, a sice výši příjmu. Ukázalo se, že výška příjmu je mnohem důležitější než poměr pasu a boků, zejména, hledají-li si ženy partnera pro dlouhodobý vztah. Hitsch, Hortaçsu a Ariely (2006) objevili vztah mezi výškou a příjmem. Volba žen v jejich studii zohledňovala jak výšku, tak i příjem. Výška byla sice důležitější, ale šlo ji kompenzovat penězi. Muži vysocí 159 cm měli stejný počet schůzek s ženami jako muži 175 cm. Menší muži než 159 cm zase vydělávali více peněz, přesně o 146 000 ročně než vysocí muži. Muži vysocí 159 cm vydělávali přibližně stejně jako muži vysocí 175 cm.

6.3.5 Proč má fyzická krása takový význam?

Jedním z důvodů je její **bezprostřednost**. Fyzická atraktivita totiž přebíjí i takové vlastnosti, jako je inteligence, charakter a schopnosti, protože je ihned viditelná. Dalším důvodem je **prestiž**. Experimentální výzkumy tento předpoklad potvrzují. V jedné studii každý účastník vstoupil do čekárny, kde seděli dva další studenti, muž a žena, kteří byli konfidenti experimentátora (Sigall, Landy, 1973). Účastníkům výzkumu bylo jednou řečeno, že studenti zde mají schůzku s jedním profesorem, přičemž žena byla prezentována jako přítelkyně muže, kterého na schůzku pouze doprovází a jindy bylo účastníkům zase řečeno, že studenti k sobě nepatří a každý zde čeká na někoho jiného. Další experimentální podmínkou bylo, že žna byla jednou upravena tak, aby působila velmi atraktivně a jindy zase tak, aby byla neatraktivní. Účastníci hodnotili muže jako více přátelského a sebevědomého, když jeho přítelkyně byla atraktivní, než když byla neatraktivní. Atraktivita ženy neměla žádný účinek, když si pokusné osoby myslely, že k muži nepatří a jen na někoho čeká. Atraktivní žena tedy posiluje image muže více, než atraktivní muže posiluje image ženy.

Další neoddiskutovatelný význam fyzické atraktivity je **biologický**. Existuje značná variace, pokud jde o specifické osobní preference. Existují také výrazné rozdíly v preferencích mezi kulturami a různými historickými obdobími. Je zde však důvod se domnívat, že jsou některé rysy lidské tváře a těla, které mají univerzální přitažlivost (Langlois et al., 2000). Exsituje široká shoda mezi lidmi z různých kultur a subkultur na tom, kdo je obecně považován za atraktivního (Rhodes a kol., 2001). Centrální myšlenka spočívá v tom, že jsme se vyvinuli tak, abychom preferovali lidi, kteří mají fyzické vlastnosti, které znamenají zdraví nebo obecně **reprodukční zdatnost** (angl.. reproductive fitness).

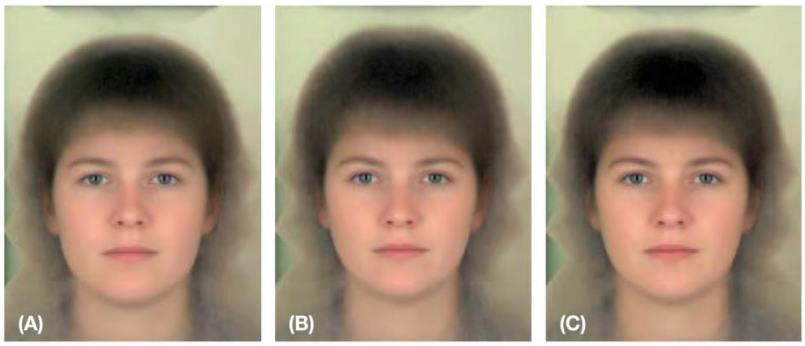
V souladu evolučními tezemi bychom měli být přitahováni k lidem s rysy tváře, které znamenají reprodukční zdatnost. Rysy tváře totiž mohou být odrazem genetických problémů nebo náznakem toho, že se během vývoje něco pokazilo, což by mohlo způsobit, že potomci budou mít špatné evoluční vyhlídky. Existují důkazy, že lidé považují neobvyklé rysy obličeje za neatraktivní a jsou přitahováni k průměrným tvářím. Prostřednictvím počítačové technologie lze vytvořit kompozitní tvář z libovolného počtu individuálních obličejů (Langlois, Roggman, 1990). Kompozitní (průměrné) tváře mužů i žen jsou považovány za atraktivnější než běžné individuální

tváře ze souboru tváří, ze kterých byly postaveny. Tento efekt je tím silnější, čím více jednotlivých tváří je zahrnuto do kompozitu.

Čím průměrnější nebo typičtější tvář je, tím je atraktivnější. Preference pro průměrné tváře se pojí s intuitivním předpokladem, že existuje méně typů atraktivních lidí než neatraktivních. Průměrnost je důležitou součástí vnímané krásy obličeje.

Kromě celkové konfigurace obličeje můžete být mnoho lidí považováno za atraktivní právě kvůli něčemu extrémnímu. Např. výrazné rty supermodelek se odchylují od normy, nebo lidé s nápadně barevnýma očima jsou považováni za zvlášť atraktivní. Ve skutečnosti však existují důkazy o tom, že průměr není vůbec atraktivní. Studie využívající kompozitní obličeje na to poukázala pomocí tří typů kompozitů (Perrett et al., 1994):

1. Průměrný kompozit: vytvořen zprůměrováním všech obličejů (celkem 60).
2. Atraktivní kompozit: vytvořený průměrem pouze 15 fotografií tváří, které byly dříve považovány za nejatraktivnější.
3. Atraktivní + 50 % kompozitů: vytvořeny výpočtem rozdílu po jednotlivých bodech mezi průměrnými a atraktivními kompozity a poté agravované o 50 %.



Obrázek 16 (A) obličej vytvořený průměrem 60 tváří, (B) obličej vytvořený průměrem pouze (B)15 nejpřitažlivější z těchto tváří a (C) tvář vytvořená výpočtem rozdílů mezi prvními dvěma kompozity a poté agravací těchto rozdílů o 50 procent. Účastníci považovali přehnané tváře za nejatraktivnější.

6.3.6 Atraktivita a výběr partnera

Zásadní myšlenkou je, že evoluce vštípila do každého – muže i ženy – určité touhy, které poskytují reprodukční výhodu. Evoluční psychologové tvrdí, že evoluce favorizuje jiné preference u žen a jiné preference u mužů. Základem těchto rozdílů jsou především rozdíly mezi muži a ženami v investici do svých potomků. Ženy investují v tomto ohledu mnohem více a tyto rozdíly v investicích začínají dokonce již před početím dítěte. Po oplození se samozřejmě vyvíjí plod zcela v rámci ženy, což ji fyziologicky zatíží a zabrání jí, aby měla další dítě po dobu nejméně devíti měsíců.

Biologové pozorují napříč živočišnou říší, že pohlaví, které investuje více do potomků, je vždy také vybíravější při volbě partnera. Protože muži investují v tomto ohledu méně než ženy a o to důrazněji mezi sebou soupeří o přístup ke své „vyvolené.“ Jako výsledek jejich přímého soupeření (**intrasexuální kompetice**), favorizuje evoluce větší a silnější může. Proto jsou samci u mnoha druhů větší než samice. Neplatí to však např. pro hyeny.

Částí tohoto soupeření je získání pozornosti a náklonosti ženy (**intersexuální přitažlivost**). Proto je většinou samec ten, kdo vábí. Ženy by měly být, co se týče partnera, vybíravější než muži. To potvrzují historické záznamy i každodenní pozorování. Ve všech kulturách jde muž ochotněji se ženou do postole a má mnohem více sexuálních partnerů než průměrná žena. Schmitt (2003) prováděl studii na 16 000 participantech z různých kultur a muži vykazovali mnohem větší touhu mít více sexuálních partnerů než ženy.

Podle čeho si ženy vybírají partnery? Rozdíly mezi muži a ženami vcházejí z rozdílných investic do potomstva. Když se chce muž úspěšně rozmnožit, stačí mu najít si fertilní partnerku. U žen je to složitější, protože jsou limitovány omezenou dobou plodnosti (**biological clock**). Muži jsou přitahováni mladšími ženami – vodítky jsou hladká kůže, plné rty atd. – protože ženy po menopauze ztratily reprodukční schopnost (Singh, 1993). Biologické hodiny mužů jsou nastaveny volněji. Na ženy nepůsobí tlak ve smyslu vyhlédnutí si mladého partnera. Kvůli 9 měsícům gestace, ženy upřednostňují partnery, kteří mají přístup ke zdrojům.

Muži hledají mládí a krásu, oplátkou poskytují materiální zabezpečení (Rajecki, Bledsoe, Rasmussen, 1991). Tato hypotéza byla testována i mezikulturně na 10 000 probandech v 37 různých kulturách (Buss, 1989). V každé kultuře hodnotili muži fyzickou atraktivitu jako žádoucnější, než tomu bylo u žen. V každé kultuře preferovali muži sňatek s ženou, která byla mladší než oni. Ženy vykazovaly konsistentně preferenci mužů, kteří jim dokáží zajistit materiální zdroje.

6.3.7 Honba za štíhlostí

Současná preference společnosti pro extrémně štíhlé ženy je něco anomálního, vzhledem k historické preferenci tlustších žen. Tloušťka nebyla vždy považována za negativní, jako je tomu nyní. Vědci zkoumali fotografie žen v časopisech Vogue a Ladies' Home Journal v průběhu dvacátého století. Poměr pasu a boků výrazně během druhé poloviny 20. st. klesl (Silverstein, Perdue, Peterson, Kelly, 1986). Analýza prostřední stránky časopisu Playboy a soutěže Miss America druhé poloviny dvacátého století odhalila podobný trend (Wiseman, Gray, Mosimann, Ahrens, 1992). Stejná tendence byla odhalena i u štíhlosti (Wiseman, Gray, Mosimann, Ahrens, 1992).

Obrázek 17 (A) Rubensova „Venuše před zrcadlem“ (1614-1615). (B) Renoirova „Koupající se dívka“ (1919). (C) Marilyn Monroe a (D) Keira Knightley.

Byl objeven vztah mezi preferovaným tělesným typem ženy a dostupností jídla v té které kultuře (Anderson, Crawford, Nadeau, Lindberg, 1992). Kultury s relativně nejistým přístupem k potravinovým zdrojům preferují plnoštíhlé a zavalité ženy. Kultury s relativně spolehlivým přístupem k potravinovým zdrojům preferují štíhlé ženy. V jedné studii hodnotili studenti, kteří navštívili kavárnu, jakou postavu by měla mít jejich partnerka. Hladoví studenti preferovali signifikantně mohutnější ženy (Nelson, Morrison, 2005).

V jiné studii posuzovaly ženy a muži sérii 9 kreseb tělesných typů od obézních až po extrémně štíhlé (Fallon, Rozin, 1985). Participanti měli vybrat, který tělesný typ reprezentuje:

- jejich současný tělesný typ;
- tělesný typ, který by chtěli mít;
- tělesný typ, o kterém si myslí, že by byl nejatraktivnější pro opačné pohlaví;
- tělesný typ, který shledávají pro sebe nejpřitažlivějším na opačném pohlaví;

Muži považovali svůj aktuální tělesný typ současně ideální. Také věřili, že jejich tělesný typ je atraktivní pro ženy, ačkoliv ženy upřednostňovali štíhlejší mužskou postavu, než se muži domnívali. Ženy se považovali obecně za tlustější, než jejich vlastní ideál a výrazně tlustější, než je pro muže atraktivní. Ženy se domnívali, že muži preferují výrazně štíhlejší postavu, než muži ve skutečnosti uváděli. Kde se v ženách tato víra bere? Existují v zásadě dvě možná vysvětlení: (1) masmédia a (2) módní průmysl.

6.3.8 Co je krása?

Většina lidí se shodne na tom, kdo je krásný a kdo ne, ale mnohem těžší je říct, proč je někdo krásný. Panuje všeobecná shoda, pokud jde o krásu u žen než u mužů, protože fyzická přitažlivost hraje větší roli u žen než (Buss, 1994). Maner, Gailliot a DeWall (2007) zjistili, se muži i ženy se ve skupině tváří automaticky více dívali na krásné ženy (než na pohledné muže). Muži vidí v krásných ženách potenciální partnerky, zatímco ženy je považují za potencionální soupeřky a chtějí si zkontrolovat konkurenci.

Dle evolučních psychologů je ženská krása spojena se znakem toho, že bude dobrou potenciální partnerkou, což zejména znamená, že je mladá a zdravá. Žádná známá kultura nepovažuje starší ženy za krásnější než mladší ženy. Jasná pleť je téměř vždy ceněná, protože je znamením zdraví – mnoho infekčních onemocnění (např. neštovice), zanechává trvalé známky na kůži, tzn. jasná kůže jedním ze znaků zdravého partnera. Dnešní muži a ženy pocházejí z mužských předků, kteří si vybírali mladé a zdravě vypadající ženy.

Silným zdrojem krásy je překvapivě **symetrie**. Symetrie je znakem dvou důležitých věcí: zdraví a dobrých genů. Poruchy nebo vady genů způsobují nesoulad mezi levou a pravou stranou těla. Nejsymetričtější osoba má pravděpodobně nejméně genetických vad. Thornhill a Gangestad (1999) realizovali sérii měření částí těla (ušní lalůčky, malíčky apod.) mladých dospělých mužů, aby zjistili, jak moc si odpovídají. Poté požádali každého z mužů, aby spal v tričku několik nocí a nepoužíval deodorant. Vzorek mladých žen pak čichal ke každému tričku a hodnotil, jak jim voní. Ženy také informovaly o tom, kdy měli poslední menstruaci. Pach triček nejvíce symetrických mužů byl hodnocen jako nejlepší, tento účinek byl hlavně nalezen mezi ženami, které byly ve fázi menstruačního cyklu, kdy byly nejplodnější. Když jsou ženy nejvíce náchylné k otěhotnění, jsou přitahovány tělesným pachem mužů, kteří jsou nejvíce symetričtí, a tudíž jsou pravděpodobně nositeli nejlepších genů.

Další demonstrace významu symetrie byla provedena na zdvojených obrazech (vytvořením zrcadlového obrazu poloviny obličeje, kdy výsledkem je tvář, která vypadá jako původní, ale je přesně symetrická. Účastníci konzistentně hodnotili tyto přepracované tváře jako atraktivnější než původní tváře. Čím je obličej symetričtější, tím je považován za atraktivnější.

Dalším zdrojem krásy je **typickost** (angl.. typicality). Lidé, kteří vypadají jinak než ostatní, jsou obecně považováni za méně atraktivní. V jedné studii bylo smícháno 16 tváří s různou atraktivitou, nejdříve byly smíchány vždy dvě tváře, čímž vzniklo 8 nových tváří atd., až k jedné tváři, která byla průměrem všech 16. Participanti jako nejatraktivnější tvář hodnotili tvář vzniklou zprůměrováním všech 16 tváří (Langlois et al., 1987). Další studie ukázaly, že nejatraktivnější jsou průměrné tváře lidí obecně považovaných za atraktivní, tj. mladých a zdravých. Tzn., tváře vzniklé zprůměrováním tváří lidí všech věkových kategorií tak atraktivní nejsou.

6.4 Teorie odměny a interpersonální přitažlivost

Lidé mají tendenci mít rádi ty, kteří jim poskytují odměnu. Odměny nemusí být hmatatelné, nebo okamžité a nemusí vycházet z přímé interakce. Podle této teorie máme tendenci mít rádi ty, v jejichž přítomnosti se cítíme dobře (Clore, Byrne, 1974). Bytí s fyzicky atraktivními lidmi může přinášet odměnu ve formě potěšení našich smyslů nebo posílením našeho postavení v očích druhých.

Být s nám podobnými lidmi je samo o sobě odměnou, protože potvrzují naše názory, lze je brát jako jedny nás a interakce s nimi probíhá bez problémů. Máme tendenci být přitahováni těmi, kteří zvyšují naši schopnost reprodukce a dosažení konečné odměny, kterou je předání našich genů budoucím generacím. Evoluční perspektiva je specifickou variantou teorie odměny.

Teorie odměny se nevztahuje na efekt blízkosti na přitažlivost. Co můžeme udělat pro to, aby vás druzí měli rádi? Pokud chcete, aby vás lidé měli rádi, odměňte je. Přimějte ostatní, aby se ve vaší přítomnosti cítili dobře. Lidé prokouknou většinu úsilí o lichocení a nelibě nesou pokus ovlivnit je, viz tzv. „zlatokopky.“ Pokud by však lichocení nebylo úspěšnou strategií, pravděpodobně by termín „zlatokopka“ neexistoval, lichocením se může člověk dostat hodně daleko (Vonk, 2002).

Studie ukázaly, že nejsme vždy nejvíce zamilovaní do těch, kteří nás nejvíce odměňují. Někdo, kdo na nás neustále pěje chválu, se nám ne vždy líbí víc než ten, kdo je zpočátku méně pozitivní a teprve později ocení naše kvality (Berscheid, Brothen, Graziano, 1976).

Shrnutí

Přitažlivost je nezbytná pro vytváření přátelství a je předchůdcem důvěrného vztahu. Evoluční sociální psychologie nalezla silné argumenty ve prospěch lidského genetického dědictví, které se podílejí hna tom, co nás přitahuje na druhých lidech. Proměnné, které hrají významnou roli v tom, proč jsou lidé navzájem k sobě přitahováni, zahrnují jak fyzické atributy, ať už lidé žijí nebo pracují blízko sebe, tak také to, jak jsou si navzájem podobní, zvláště pokud jde o postoje a hodnoty. Sociálně psychologické vysvětlení přitažlivosti zahrnují: posílení (člověka, který v nás vyvolává pozitivní pocity, máme více rádi) a sociální výměnu (interakce se nám vyplatí, pokud z ní máme výhody a sníží se naše náklady).

Pojmy k zapamatování

Funkční vzdálenost architektonická rozložení budovy s tendencí podporovat nebo potlačit určité činnosti, například kontakt mezi lidmi

Efekt pouhého vystavení zjištění, že opakované vystavení podnětu (objekt nebo osoba) vede ke zvýšenému zájmu o tento objekt

Komplementarita tendence vyhledávat lidi s odlišnými charakteristikami, než jsou naše samotné

Halo efekt společně sdílená víra v to, že atraktivní jedinci mají mimo jejich fyzického

vzhledu celou řadu dalších pozitivních kvalit

sebenaplňující se proroctví tendence jednat takovým způsobem, aby se stalo to, co očekáváme, že se stane

Intrasexuální soutěž soutěž mezi dvěma nebo více muži či dvěma nebo více ženami o přístup k členovi opačného pohlaví

Intersexuální přitažlivost zájem o členy opačného pohlaví

Reprodukční zdatnost schopnost předat geny do následující generace

Cvičení

Který faktor mezilidské přitažlivosti je jedním z důvodů, proč se herci, kteří spolu hrají ve filmech, často zaplétají do romantických vztahů?

Kontrolní otázky

1. Co říká evoluční sociální psychologie o tom, jak si lidé vybírají přátele?

2. Jak lze využít analýzu nákladů a zisků pro předvídání budoucnosti důvěrného vztahu?

3. Je romantická láska univerzální a je to jediný druh lásky?

4. Co nám sociální psychologie tvrdí o tom, proč některé vztahy fungují a jiné ne?

Korespondenční úkol

Zamyslete se a napište esej o významu krásy v životě ženy. Jaké jsou kllady a zápory toho, když je žena krásná.

Literatura

(1) Baumeister, R. F., Bushman, B. J. Social psychology and human nature. Belmonst: Wadsworth, 2011. 832. Edice, 7. ISBN 978-0-495-60133-3.

(2) Burgess, E. W., Wallin, P. (1953). Engagement and marriage. Philadelphia: Lippincott.

(3) Buss, D. M. (1984). Toward a psychology of person-environment (PE) correlation: The role of spouse selection. Journal of Personality and Social Psychology, 47, 361–377.

(4) Clore, G. L., Gormly, J. B. (1974). Knowing, feeling, and liking: A psychophysical study of attraction. Journal of Research in Personality, 8, 218–230.

(5) Cross, H. A., Halcomb, C. G., & Matter, W. W. (1967). Imprinting or exposure learning in rats given early auditory stimulation. Psychonomic Science, 7, 233–234.

(6) Curran, J. P., Lippold, S. (1975). The effects of physical attractiveness and attitude similarity on attraction in dating dyads. Journal of Personality, 43, 528–539.

(7) Davis, D. (1981). Implications for interaction versus effectance as mediators of the similarity-attraction relationship. Journal of Experimental Social Psychology, 17, 96–116.

(8) Festinger, L., Schachter, S., Back, K. (1950). Social pressures in informal groups. Stanford, CA: Stanford University Press.

(9) Frieze, I. H., Olson, J. E., Russell, J. (1991). Attractiveness and income for men and women in management. Journal of Applied Social Psychology, 21, 1039–1057.

(10) Goldman, W., Lewis, P. Beautiful is good: Evidence that the physically attractive are more socially skillful. *Journal of Experimental Social Psychology*. Asterdam: Elsevier, 1977, 13, 125–130. ISSN 0022-1031.

(11) Gross, R. Psychology: The Science of Mind and Behaviour. Edice, 6. London: Hodder Education, 2010. 912. ISBN 978-1444108316.

(12) Hogg, M. A., Vaughan, G. M. *Social psychology*. London: Pearson, 2011. 763. Edice, 6. ISBN 978-0273741145.

(13) Kniffin, K. M., Wilson, D. S. (2004). The effect of nonphysical traits on the perception of physical attractiveness: Three naturalistic studies. Evolution and Human Behavior, 25, 88–101.

(14) Landy, D., Sigall, H. (1974). Beauty is talent: Task evaluation as a function of the performer's physical attractiveness. Journal of Personality and Social Psychology, 29, 299–304.

(15) Langlois, J. H., Kalakanis, L., Rubenstein, A. J., Larson, A., Hallam, M., & Smoot, M. (2000). Maxims or myths of beauty? A metaanalytic review and theoretical review. Psychological Bulletin, 126, 390–423.

(16) Murray, S. L., Holmes, J. G. (1997). A leap of faith? Positive illusions in romantic relationships. Personality and Social Psychology Bulletin, 23, 586–604.

(17)Newcomb, T. M. (1961). The acquaintance process. New York: Holt, Rinehart and Winston.
(18)Riggio, R. E., Woll, S. B. (1984). The role of nonverbal cues and physical attractiveness in the selection of dating partners. Journal of Social and Personal Relationships, 1, 347–357.
(19)Rushton, J. P., Bons, T. A. (2005). Mate choice and friendship in twins: Evidence for genetic similarity. Psychological Science, 16, 555–559.
(20)Sigall, H., Ostrove, N. (1975). Beautiful but dangerous: Effects of offender attractiveness and nature of the crime on juridic judgment. Journal of Personality and Social Psychology, 31, 410–414.
(21)Slater, A., von der Shulenburg, C., Brown, E., Badenoch, M., Butterworth, G., Parsons, S., et al., (1998). Newborn infants prefer attractive faces. Infant Behavior and Development, 21, 345–354.
(22)Sparacino, J., Hansell, S. Physical attractiveness and academic performance: Beauty is not always talent. *Journal of Personality*. Hoboken, NJ: Wiley-Blackwell, 1979, 47, 449–469. ISSN 0022-3506.
(23)Výrost, J., Slaměník, I. *Sociální psychologie*. Praha: Grada, 2008. 416. Edice, 2. ISBN 978-80-247-1428-8.
(24)Whyte, W. H. (1956). The organization man. New York: Simon & Schuster.

7 Agrese

Cíl kapitoly

Po nastudování této kapitoly byste měli být schopni:

- *Vymezit pojmy agrese a násilí.*
- *Definovt agresi.*
- *Vysvětlit biologické a sociální teorie agrese.*
- *Chápat osobnostní a situační faktory ovlviňující agresi.*
- *Rozumět učinku masových médií na agrasivní chování.*
- *Pohovořit o různých kotextech domácího násilí.*

Klíčová slova

Agrese, přímá grese, nepřímá agrese, reaktivní agrese, proaktivní agrese, násilí, antisociální chování, frustrace, hypotéza agrese-frustrace, hostilní atribuční omyl, hostilní percepční omyl, omyl hostilního očekávání, domácí násilí, efekt zbraně.

Průvodce studiem

Nejprve si rychle ji projděte celou kapitolu, abyste získali představu o hlavních tématech. Pozorně si přečtěte souhrn, který je uveden na konci kapitoly. Napadnou vás otázky, na které najdete odpověď po přečtení celé kapitoly. Potom si kapitolu pozorně přečtěte. Při čtení se pokuste nalézt odpověď na otázky, které jste si položili. Pokuste se najít souvislosti mezi probíranou látkou a tím, co již víte. Po přečtení kapitoly se snažte vzpomenout si na hlavní myšlenky. Tento postup vám napomůže odhalit mezery ve vašich vědomostech a pomůže vám uspořádat si informace.

7.1 Definice agrese

Sociální psychologové definují lidskou agresi jako jakékoliv chování, jehož cílem je zranit druhou osobu, která si nepřeje být zraněna (Baron, Richradson, 1994).

Tato definice má tři významné rysy:

1. **Agrese je chování** – lze ji pozorovat, nejedná se o emoci (hněv), ani o myšlenku (např. přemýšlení o provedení vraždy).

2. **Agrese je záměrná** – nejedná se o nehodu, jejím cílem je ublížit (viz např. zubař, který člověku trhá zub, mu tím sice působí bolest, ale cílem je tomuto člověku pomoci).
3. **Oběť se snaží vyhnout zranění** – pacient se u zubaře nesnaží vyhnout zranění, naopak je aktivně vyhledává a ještě za ně dokonce i platí.

Sebevraždy a masochistické sexuální hrátky tedy nejsou považovány za agresi, protože oběť zde aktivně vyhledává zranění (resp. bolest). Chování, jehož cílem je zranit druhé, je stále považováno za akt agrese, i když není nakonec nikdo zraněn. Čili pokud někdo po někom hodí cihlou a jen zázrakem ho mine, stále se jedná o agresi!

7.1.1 Formy a funkce agrese

Vědci rozlišují se mezi různými formami a funkcemi agrese. **Formou** se rozumí to, jak je agresivní chování vyjádřeno – tj. zda fyzicky (bouchance, kopance, střelba, atd.) anebo verbálně (křik, nadávky, klení apod.). Při tzv. **přemístěné agresi** je zvolen zástupný cíl agrese (Hogg, Vaughan, 2008). Např. ženě vynadá v práci její šéf, ona si mu to ovšem nedovolí vrátit. Ale když přijde domů, seřve své děti. Různé druhy agrese mohou být vyjádřeny přímo nebo nepřímo. Při **přímé agresi** je oběť fyzicky přítomna, při **nepřímé agresi** oběť schází. Fyzická agrese může být přímá (uhodit někoho) nebo nepřímá (zapálit dům oběti, zatímco oběť je na dovolené). Verbální agrese může být také přímá (vynadat někomu rovnou do obličeje) nebo nepřímá (pomlouvat někoho za zády). Muži používají přímou agresi častěji než ženy a naopak (Lagerspetz, Bjorkqvist, Peltonen, 1988).

Agresivní chování se může také lišit svou funkcí a motivací. Manžel, který přistihne manželku s jejím milencem a oba zastřílí, je motivován hněvem. Naproti tomu nájemný vrah, který někoho zabije, je primárně motivován penězi, protože svou oběť často ani nezná. V obou případech je forma agrese stejná, ale motivace je zcela odlišná. Psychologové proto rozlišují mezi tzv. reaktivní agresí (afektivní, hostilní, impulzivní) a proaktivní agresí (instrumentální). **Reaktivní agrese** (horká) zahrnuje impulzivní chování motivované snahou někomu ublížit. **Proaktivní agrese** (chladná) zahrnuje v sobě promyšlené chování vedené jinými cíli (např. získat peníze, respekt, dosáhnout spravedlnosti apod.). Je obtížné (ne-li nemožné) rozlišit mezi reaktivní a proaktivní agresí, protože spolu úzce souvisejí a motivy mohou často být smíšené (hogg, Vaughan, 2008). Co kdyby např. žárlivý manžel použil jed?

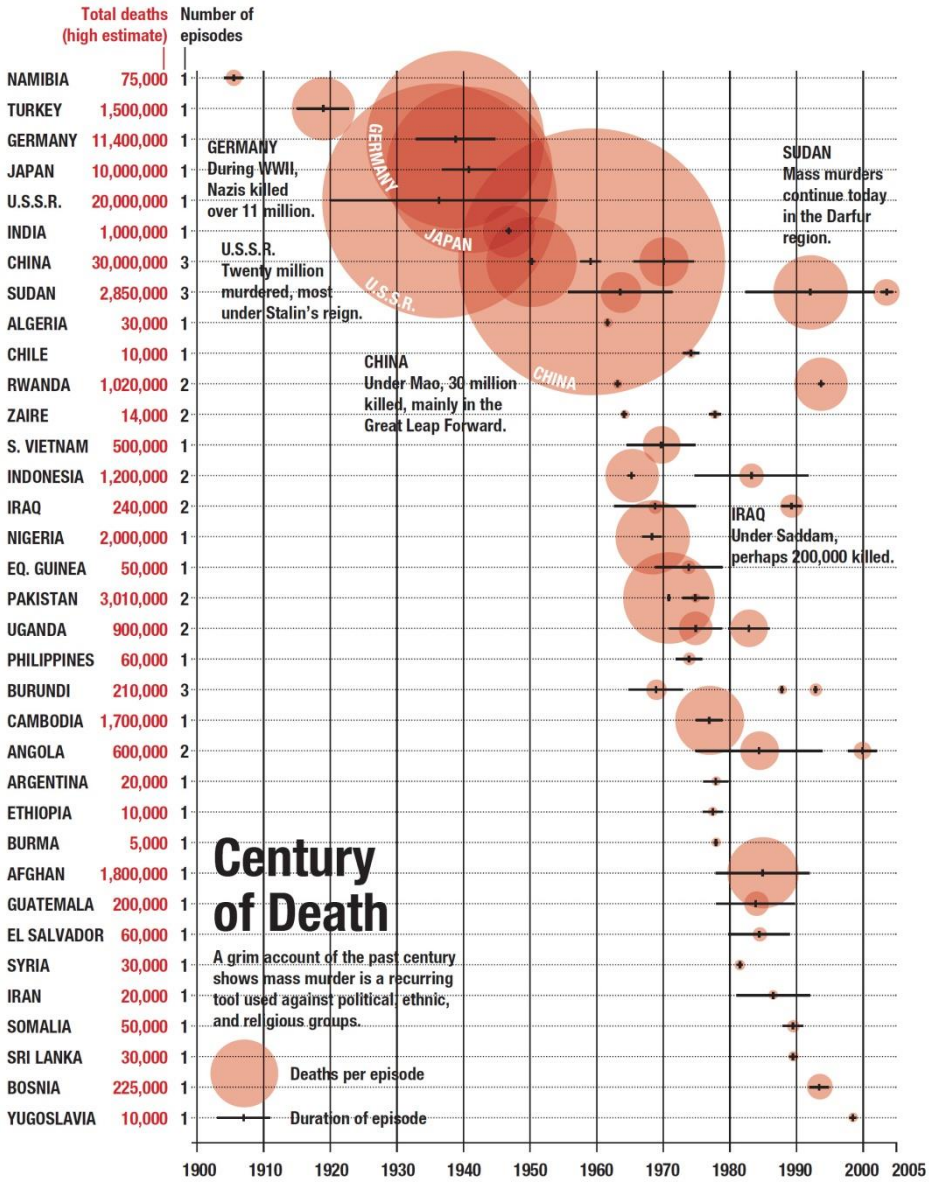
Násilí (angl.. violence) bývá definováno jako agrese, jejímž cílem je extrémní fyzické poškození oběti, jako třeba zranění nebo smrt (Hogg, Vaughan, 2008). Např. pokud jedno dítě strčí do druhého dítěte, jde o akt agrese, ale ne o násilný čin. Jestliže nějaká osoba záměrně pobodá nožem jinou osobu, jde již o násilí. Sociální psychologové považují i jiné formy agresivního chování za násilné, jako příklad lze uvést třeba silnou facku. **Antisociální chování** (angl.. antisocial behavior) je termín používaný poněkud vágně a nekonzistentně. Obecně se jedná o chování, které buď narušuje mezilidské vztahy, nebo je kulturně nepřijatelné (Hogg, Vaughan, 2008).

Agrese bývá často považována za antisociální chování. Agrese ovšem může být stejně tak sociálně přijatelnou jako i nepřijatelnou strategií při dosahování vytyčených cílů. Podvody, krádeže, lhaní a klení představují formy antisociálního chování, která sice někdy mohou, ale nutně nemusí být vždy agresivní.

7.1.2 Dějiny násilí

Kvantitativní studie dokládají, že prehistorické společnosti byly více násilné, než je dnešní společnost. Odhady ukazují, že pokud by války 20. století zabily stejné procento populace jako války ve starověku, byl by počet obětí 20x vyšší (tzn., místo cca 100 mil zhruba 2 mld.). Data také ukazují, že násilí se s tím, jak šel čas, snižovalo. Např. v Anglii dramaticky klesl poměr počtu vražd z 24 na 100 tis. obyvatel ve 14. st. na cca 0,6 na 100 tis. obyvatel v 60. letech 20. st. Zdá se, že k nejznatelnějšímu poklesu násilí došlo v 17. století (Pinker, 2011).

Globální násilí ve světě se od poloviny 20. století stále snižuje. Např. počet zabitých v ozbrojených konfliktech mezi státy klesl z více než 65 tis. ročně v roce 1950 na méně než 2 tis. za rok v roce 2000. Celosvětově se také snížil počet ozbrojených konfliktů.



Obrázek 18 Celková úroveň násilí se během 20. století rapidně snížila (zdroj:)

Fakt, že úroveň agrese a násilí se s postupem čau snižuje, odpovídá hypotéze: Povaha říká ano, kultura říká ne (Pinker, 2011). Pokud dvě zvířata chtějí tu stejnou věc, je hlavním způsobem řešení konfliktu agrese. Kultura poskytuje lepší cesty k řešení konfliktu: vyjednávání, právo, peníze, kompromis, morální pravidla aj. Výjimkou je řešení konfliktů mezi kulturami, kdy bývá často použito agrese. Hlavním cílem kultury je tedy redukce agrese.

7.2 Příčiny agrese

V 19. a 20. st. bylo učiněno mnoho pokusů o zlepšení lidské společnosti. Cílem bylo vytvořit dokonalou společnost, v níž by lidé žili společně v míru, lásce a harmonii (komunismu, demokracie, fašismus apod.). Agrese se brzy stala hlavním

problémem. Pokud agrese pramení z frustrace, nespravedlnosti nebo vykořisťování, tak pokud vytvoříme dokonalou společnost, agrese zmizí. Na druhou stranu, pokud jsou lidé agresivní od přírody, pak nám žádné sociální inženýrství nepomůže. Bez ohledu na to, jak dokonalou společnost vytvoříme, lidé budou stále agresivní. Jsou-li lidé vrozeně agresivní, budou agresivní stále a společnost musí hledat cesty, jak žít s agresí (např. trestat agresivní chování).

7.2.1 Teorie instinktů

Instinktivistická teorie agrese **Ch. Darwina** vnímala agresivní chování jako evoluční adaptaci, která umožňuje přežití nejsilnějšího jedince. Tento instinkt se vyvinul v průběhu evoluce, protože napomáhá přežití druhu. Protože boj je velmi úzce provázán s pářením, zajišťuje instinkt agrese, že pouze nejsilnější jedinec předá geny další generaci. Také **S. Freud** zastával názor, že motivačními silami lidského chování, jako je sex a agrese, jsou instinkty. Instinkt je vrozená tendence vyhledávat určité cíle, např. potravu, vodu, sex aj. Ve svých raných pracích se Freud (1991) domníval, že touha po senzorické a sexuální gratifikaci je primárním lidským instinktem a nazval tento instinkt eros. Pod vlivem událostí První světové války dospěl Freud (1991) k názoru, že lidé mají také destruktivní pud smrti, který nazval thanatos.

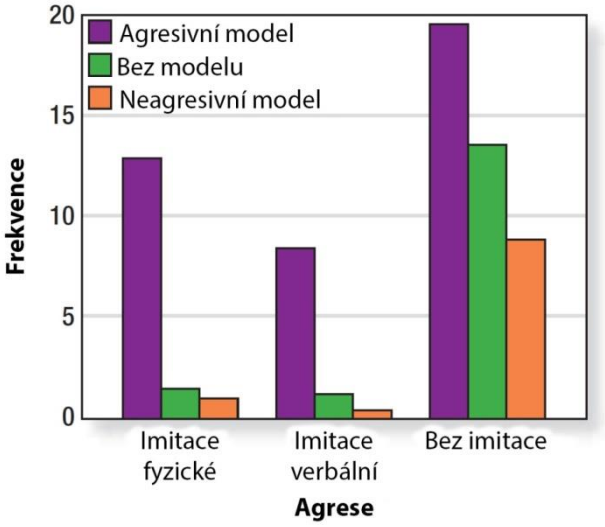
Freudův pohled ovlivnil **Konrada Lorenze** (2003), jehož instinktivistická teorie agrese předpokládá hromadění agresivních potřeb (podobně jako nárůst hydraulického tlaku v uzavřeném prostoru), které, pokud nejsou uvolněny skrze jiné činnosti, vedou nevyhnutelně k agresi. Ačkoliv určité empirické důkazy podporují tento „hydraulický“ modle agrese, měla teorie, že agrese vyvěrá z nahromaděných vnitřních potřeb nebo tenze, velký vliv na klinickou psychologii. Inspirovala se jí tzv. **katarktická terapie**, ačkoliv mnoho studií nepřineslo signifikantní důkaz, podporující hydraulický model.

Empirické důkazy podporující existenci vrozených relativně automatických agresivních reakcí byl prokázán u mnoha druhů. Např. samec koljušky napadá jakýkoliv červený objekt ve 100 % případů. Nicméně žádná podobná paralela dokazující existenci vrozených agresivních reakcí u člověka, nebyla doposud prokázána (Hinde, 1970). Pokud je tedy agrese vrozená, žádné společenské uspořádání ji nedokáže odstranit, v nejlepším případě může najít nějaké bezpečné cíle pro její ventilaci.

7.2.2 Teorie učení

Podle teorie sociálního učení (Bandura, 1973) není agrese vrozeným pudem. Lidé se učí agresivnímu chování stejným způsobem, jako se učí jiné věci – vlastní zkušeností a pozorováním druhých. Pokud lidé pozorují a kopírují chování jiné osoby, mluvíme o tzv. **modelování**. Modelování může zvýšit nebo snížit pravděpodobnost objevení se agresivní reakce. Pokud je model za agresivní chování odměňován, zvyšuje se pravděpodobnost agresivního reagování v budoucnu (a to jak modelu, tak pozorovatele) a obráceně. K prokázání sociálního učení agrese nechal Bandura ve

svém experimentu děti předškolního věku sledovat buď agresivní dospělý model, neagresivní dospělý model nebo žádný model (Bandura, Ross, Ross, 1961, 1963).



Obrázek 19 Děti vystavené agresivnímu modelu se chovaly více agresivně než děti vystavené neagresivnímu modelu nebo žádnému modelu (Bandura et al., 1961)

Mnoho studií prokázalo, že sledování modelu ovlivňuje lidi všech věkových kategorií tak, aby se chovali agresivněji k druhému člověku. Tyto a podobné studie však exaktně neprokazují, že by agrese byla naučená. Impuls ohnat se po někom, kdo nás fyzicky napadne je vrozený a univerzální, ale pravidla řídící chování v této situaci závisí silně na kultuře. Někteří antropologové se domnívají, že bez podpory kultury aby nebyla žádná agrese (Výrost, Slaměník, 2008). Mnozí s tím nesouhlasí, částečně i proto, že agrese je všudypřítomná. Neagresivní člověk je produktem kultury, protože agresivní instinkt může být modifikován.

Koťata, která vyrůstala společně s krysami, v dospělosti nezabila žádnou krysu (Kuo, 1930). Pokud vyrůstaly izolovaně od krys, 54 % z nich v dospělosti zabíjelo krysy. Pokud koťata vyrůstala s matkou, která zabíjela krysy, 85 % z nich v dospělosti zabíjelo krysy. Učení dokáže změnit a tvarovat vzorce agresivního chování. Podobným způsobem může pravděpodobně socializace posílit nebo zmírnit agresivní impulzy.

7.2.3 Příroda versus výchova

Mnoho odborníků se domnívá, že jak učení tak instinkty jsou v otázce agrese relevantní (Baron, Richardson, 1994). Lidé se mohou naučit, jak se chovat agresivně. Častěji se však spíše učí, jak agresi potlačit. Lidé se učí a většinou i dodržují komplikovaná pravidla týkající se agrese. Je těžké oponovat tomu, že agrese je všude kolem nás a některé její vzorce jsou univerzální. Např. ve všech známých kulturách mají na svědomí nejvíce násilných činů mladí muži. V žádné společnosti se dále nesetkáme s tím, že by nejvíce násilných činů spáchaly ženy středního věku. Freudova teorie vrozené agrese by tedy potřebovala přepracovat. Freud (1991)

přirovnával agresi k hladu – potřeba vyvěrá z našeho nitra a musí být nějakým způsobem uspokojena.

Agresivní pud je tedy nezávislý na okolnostech. Naproti tomu přírodní selekce vede k agresivním impulzům coby reakcím na určité události, např. když chceme něčeho dosáhnout. Lidé se nemusí učit, jak se chovat agresivně, agrese je přirozená. Učí se jak ovládat svou agresi. Je přirozené cítit agresivní impulzy jako odpověď na určitou provokaci. Kultura nás učí, jak dostat tyto impulsy pod kontrolu následováním určitých pravidel. Všechna známá lidská společenství mají pravidla upravující používání agrese, kdy některé formy agrese jsou akceptovatelné (Výrost, Slaměník, 2008).

7.3 Vnitřní Příčiny agrese

7.3.1 Frustrace

V roce 1939 vydala skupina psychologu Yaleské univerzity knihu „Frustration and Aggression“ (Dollard a kol., 1939). V této knize postulovali tzv. **hypotézu frustrace-agrese**:

a) výskyt agresivního chování vždy předpokládá existenci frustrace,
b) existence frustrace vede vždy k nějaké formě agrese.

Při koncipování své knihy byli hodně ovlivněni Freudem. Freud věřil, že lidé jsou primárně motivováni hledáním slasti a vyhýbáním se bolesti. Předpokládá se, že pokud se lidem nedaří najít slast nebo se vyhnout bolesti, jsou frustrovaní. Freud (1991) považoval agresi za prvotní reakci na frustraci.

Miller (1941) revidoval druhý odstavec hypotézy frustrace-agrese zhruba následovně: Frustrace vytváří podněty k řadě různých typů reakcí, z nichž jednou může být nějaká forma agrese. Existuje frustrace bez agrese a agrese bez frustrace. Nic však neodporuje myšlence, že frustrace může riziko agresivního chování zvyšovat.

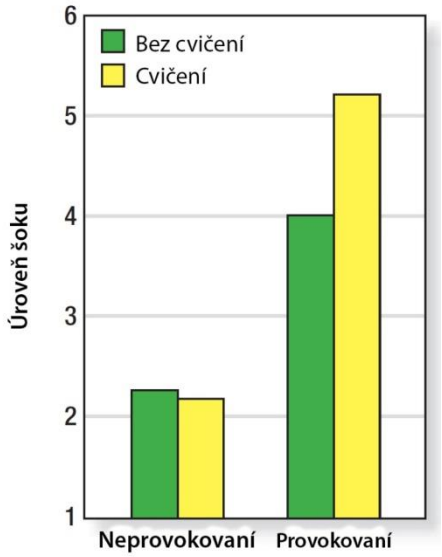
7.3.2 Špatná nálada

Rozzlobení, frustrovaní, rozrušení a unavení lidé jsou již dlouho považováni za náchylné k agresivnímu chování. Berkowitz (1989) předpokládá, že všechny formy negativních emocí si zaslouží být považovány za příčiny agrese. Ne všechny negativní emoce však byly testovány na agresi vyvolávající efekt. Když se např. výzkumník snaží navodit u pokusné osoby v laboratoři vysokou úroveň agrese, většinou indukuje u dané osoby averzivní emoční stav (např. hněv).

Proč špatná nálada zvyšuje tendenci chovat se agresivně? Jedno z možných vysvětlení je, že nahněvaní lidé se agresí snaží o to, aby jim bylo lépe. Výzkumy totiž

dokládají, že lidé, kteří se cítí špatně, mají tendenci změnit tuto náladu (Morris, Reilly, 1987). Bushman, Baumeister a Phillips (2001) zjistili, že hněv zvyšuje pravděpodobnost agresivního jednání, ale nalezli i jednu výjimku. Pokud pokusné osoby věří, že jejich hněvivá nálada se nezmění po delší časový úsek bez ohledu na to, co udělají (např. kvůli prášku, který si vzali), nevede hněv k agresi. Hněv tedy nevede vždy přímo nevyhnutelně k agresi.

Každá emoce je doprovázena tzv. nabuzením (arousal), které prožíváme jako excitaci nebo tenzi. Arousal navozený jednou událostí může být procesem transferu přesunut na jinou událost a zvýšit tak nabuzení jedince. Takto může být zvýšena i agrese. Arousal pocházející z neagresivního zdroje (fyzické cvičení, sledování erotického filmu) může být zaměněn s hněvem a zvýšit pohotovost k agresivnímu chování. Zillmann, Katcher a Milavsky (1972) provedli experiment, kdy jedna skupiny prováděla fyzické cvičení (šlapala na rotopedu) a druhá se fyzicky nijak nenamáhala. Poté byly pokusné osoby náhodně buď provokovány, nebo nebyly provokovány spolupracovníkem experimentátora a měli možnost potrestat ho za provokace elektrickým šokem.



Obrázek 20 Vzrušení z fyzického cvičení se může přenést na provokaci a proto zvyšuje agresi. Jak je znázorněno na tomto obrázku, nejvíce agresivními účastníky této studie byli ti, kteří poprvé vykonávali fyzické cvičení a později byli provokováni. (Zillmann et al.,1972)

Skutečnost, že averzivní emoční stavy vedou k agresi, byla v této studii prokázána. Je však třeba poznamenat, že špatná nálada není nezbytně nutnou podmínkou agrese. Existují negativní afekty bez agrese a naopak.

7.3.3 Atribuce

Lidé se mnohem pravděpodobněji zachovají agresivně, když vnímají nejasné chování ostatních jako vycházející z nepřátelských úmyslů, než kdyby to samé chování vnímali jako vycházející z jiných záměrů. Máme zde na mysli takové nejednoznačné

situace, jako když vám někdo šlápne na nohu. Jde o otázku atribuce. **Hostilní atribuční omyl** (angl.. hostile attribution bias) znamená tendenci vnímat nejasné chování druhých jako hostilní. Metaanalýza 41 studií (6 000 participantů) prokázala silný vztah mezi hostilní atribucí a agresivním chováním (Orobio de Castro a kol., 2002). Platí to pro děti i dospělé.

Hostilní percepční omyl (angl.. hostile perception bias) vyjadřuje tendenci vnímat obecně sociální interakce jako agresivní. Jedinec si z vnímané konverzace jiných lidí vyvozuje, že tito lidé se např. hádají anebo připravují k boji. Výzkumy ukázaly, že tento omyl je obecně více rozšířen mezi agresivními lidmi než neagresivními (Dill a kol., 1997). Agresivní lidé vnímají svět jako agresivní místo. **Omyl hostilního očekávání** (hostile expectation bias) je tendence očekávat, že druzí lidé budou na konflikt reagovat agresí. U agresivních lidí je toto očekávání přítomno ve větší míře než u lidí neagresivních (Dill a kol., 1997). Agresivní lidé disponují vnitřními kognitivními omyly, které vedou k tomu, že:

- očekávají, že druzí budou reagovat agresí;
- vnímají nejednoznačné chování jako agresivní;
- předpokládají, že když někdo udělá něco, čím se jich dotkne, činí tak s úmyslem jim ublížit.

7.3.4 Věk

Děti nepáchají tolik násilných činů, zejména v porovnání s mladými muži, což by znamenalo, že impulsy k agresivnímu chování se objevují kolem puberty. To je pravda u mnoha živočišných druhů, kde mladí dospělí samci mezi sebou bojují o status nebo se snaží přivábit samici. Tremblay (2000) přinesl důkazy o tom, že nejagresivnějšími jedinci jsou velmi malé děti. Jeho tým pozoroval batolata a zjistil, že 25 % jejich interakcí v sobě zahrnuje znaky fyzické agrese. Žádná skupiny dospělých, ani gangy či nejhorší kriminálníci nevykazují z 25 % interakcí fyzickou agresi. Malé děti spoléhají na agresi při řešení svých problémů, včetně ovlivňování druhých batolat. S tím jak rostou, učí se agresi inhibovat.

Ačkoliv s tím jak lidé stárnou, stávají se i méně agresivními, určitá podskupina lidí se naopak stává více agresivní. Nejvíce nebezpečnou dobou pro tuto skupinu (a také pro celou společnost) je období adolescence a mladé dospělosti. Agresivní činy se zde stávají více extrémními. Statistiky ukazují, že nejvíce násilných trestných činů se dopouštějí muži i ženy ve věku od 15 do 30 let. Po 30. roce věku se počet spáchaných násilných trestných činů signifikantně snižuje.

7.3.5 Pohlaví

Taylor a kol. (2000) zjistil, že krysí samci reagují na stres buď bojem, nebo útěkem – tzv. syndrom **bojuj nebo uteč** (angl.. fight or flight syndrome), naproti tomu krysí samice reagují ve stresu staráním se o druhé a děláním si přátel – tzv. **syndrom**

pečuj a přátel se (angl.. tend and befriend syndrome). Tento efekt se objevuje i u lidí.

V předškolním věku vykazují chlapci vyšší míru agrese než dívky. Nepřímá agrese je typičtější pro dívky, zatímco chlapci upřednostňují přímou agresi; verbální agrese je u obou pohlaví zastoupena stejně (Hogg, Vaughan, 2008). Tyto rozdíly dramaticky kulminují ve fyzické agresivitě v mladé dospělosti, zejména v genderovém rozdílu v poměru vražd. Neexistuje na této planetě žádné společenství nebo kultura, kdy by ženy měly na svědomí více násilných činů než muži. Genderové rozdíly v násilí jsou univerzální.

Neznamená to však, že by ženy nepoužívaly fyzickou agresi. Ženy vykazují fyzickou agresivitu v sociálních interakcích zejména tehdy, jsou-li provokovány jinými ženami (Collins, Quigley, Leonard, 2007). Pokud jde o násilí ve vztazích, používají ženy o něco častěji fyzickou agresi vůči svým partnerům než muži (Archer, 2000). Při laboratorních experimentech vychází vyšší agresivita u mužů, nicméně se zdá, že provokace má na agresi větší efekt než pohlaví. Muži však díky svým fyzickým dispozicím působí vážnější zranění. Pohlavní rozdíly v agresi při intenzivní provokaci prakticky mizí.

7.4 Interpersonální příčiny agrese

7.4.1 Sobectví a ovlivňování druhých

Tedeschi a Felson (1994) pohlížejí na agresi jako na způsob, kterým se lidé pokoušejí změnit chování druhých tak, aby agresor dosáhl svého cíle. Kladou důraz na sociální povahu agrese, poněvadž vyobrazují agresi jako způsob, kterým se vztahujeme k druhým lidem. Živočich, který se nestará sám o sebe má tendenci zemřít a nereprodukovat se, proto evoluce zařídila, aby většina živočichů (včetně člověka) byla sobecká.

Lidé mohou překonat své sobectví, ale jejich sobecké jádro zde stále zůstane. Život v societě nevyhnutelně vede k určitému stupni konfliktů mezi sobeckými bytostmi a agrese je jedním z prostředků, který sociálně žijící živočichové používají k jejich řešení. Dle Tedeschiho a Felsona (1994) se lidé uchylují tím více k agresi, čím více chtějí získat odměnu. Lidé použijí agresi pravděpodobněji tehdy, když věří, že jim přinese úspěch (slabý protivník apod.).

Někdo považuje fyzické násilí za amorální a nesáhne k němu za žádných podmínek, jiný je v tomto směru mnohem méně inhibován. Pokud se dopustíme vůči někomu neférového jednání, může to vést k odvetě. Lidé považují nejčastěji na neférové jednání neloajálnost, bezohlednost, nepřátelství, porušení slibu či jiných dohod, sobeckost, hrubost, pozdní příchody a pomlouvání (Messick, Bloom, Boldizar, Samuelson, 1985). Jedna studie žhářství odhalila, že 3 z každých 5 žhářských útoků

jsou motivovány pomstou (Pettiway, 1987). Agrese je strategie, která pomáhá sociálně žijícím živočichům dosáhnout toho, čeho chtějí.

7.4.2 Domácí násilí

Domácí násilí je násilí, k němuž dochází doma, mezi lidmi, kteří k sobě mají blízký vztah. Příklady zahrnují situace, kdy muž bije svou ženu, matka zraní své dítě, sourozenci se bijí navzájem, dítě je svědkem pranice rodičů nebo dospělý útočí na svého starého rodiče. V porovnání s jinými vztahy je agrese nejčastější mezi sourozenci (Wiehe, 1991). Dle statistik je domácí násilí nejčastější příčinou zranění žen ve věku mezi 15 – 44 lety. Riziko je vysoké zejména pro ženy, které nežijí v pevném vztahu.

Riziko domácího násilí u žen žijících samostatně, nebo které jsou rozvedené, žijí s partnerem nebo se nikdy nevdaly, je 3x vyšší než u vdaných žen (Zalar, Harris, Kyriacou, Anglin, Minow, 2000). Ženy napadají fyzicky své partnery častěji než muži, ale nezpůsobují jim zase tak vážná zranění. K domácímu násilí dochází i v homosexuálních vztazích. Fyzicky slabší členové rodiny jsou častěji terčem domácího násilí, protože se nemohou bránit. Výzkumy ukazují, že násilničtí manželé se často stávají i násilnickými rodiči (Ross, 1996). Rodiče, kteří byli jako děti sami týráni, týrají pak statisticky signifikantně častěji své děti než druzí.

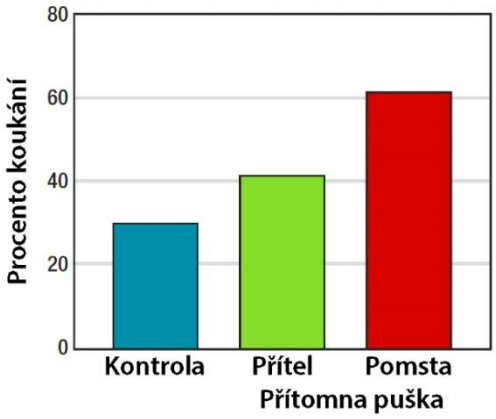
7.5 Externí příčiny agrese

7.5.1 Efekt zbraně

To že, použití zbraní může zvýšit agresi a násilí, je obecně známo. Může však pouhé spatření zbraně zvýšit agresi? Berkowitz a LePage (1967) provedli studii, kterou se pokusili na tuto otázku odpovědět. Rozzlobení účastníci výzkumu seděli u stolu, na kterém byla položena brokovnice a revolver, anebo v případě kontrolní skupiny bedmintonové rakety a badmintonové míčky. Participantům bylo řečeno, že tyto předměty zde zbyly po jiném experimentu. Účastníci výzkumu měli rozhodnout, jak velký elektrošok udělí konfidentovi experimentátora, úroveň elektrických šoků byla měřítkem agrese. Účastníci experimentu měli ignorovat předměty ležící na stole, ale zřejmě nemohli. Ti, kteří viděli zbraně, byli agresivnější než ti, kteří viděli sportovní náčiní. Další studie rovněž potvrdily existenci tzv. **efektu zbraně**.

Podobnou studii provedli také Turner, Layton, Simons (1975). Konfident experimentátora řídil pickup a úmyslně způsoboval dopravní zácpy. Mírou agrese bylo, jak moc budou motoristé na konfidenta troubit. Pickup obsahoval buď viditelně umístěnou pušku za zadním sklem a velkou nálepku na nárazníku, která nesla nápis VENGEANCE (dva agresivní podněty), nebo pušku a nálepkou na nárazníku s nápisem FRIEND (jeden agresivní podnět), nebo neobsahoval žádné agresivní podněty. Čím více agresivních podnětů zablokovaní motoristé viděli, tím

více troubili. Což bylo překvapivé zjištění, protože troubit na někoho kdo má v autě zbraň a na autě nálepku VENGEANCE není příliš moudré.



Obrázek 21 Motoristé častěji troubili na jiného řidiče za přítomnosti agresivní podnětů jako je puška a nárazník s nápisem VENGEANCE (Turner et al., 1975)

Agresivní signály aktivují agresivní tendence skrze nevědomé automatické reakce, díky nimž lidé reagují agresivněji než by normálně reagovali. Metaanalýza 56 publikovaných studií potvrdila, že pouhé spatření zbraně zvyšuje agresivitu jak u nahněvaných lidí, tak i u nenahněvaných lidí (Carlson, Marcus-Newhall, Miller, 1990).

7.5.2 Masmédia

Metaanalytická studie 431 studií zahrnujících celkem 68 tis. participantů ukázala, že expozice násilí v médiích zvyšuje míru agresivního chování, pocitů hněvu, agresivních myšlenek, nabuzení (arousal) a snižuje míru pravděpodobnosti výskytu pomáhajícího chování (Bushman, Huesmann, 2006). Laboratorní experimenty potvrdily, že expozice násilí v médiích má za následek, že lidé se bezprostředně potom chovají agresivně.

Longitudinální studie prokázaly, že vliv násilí v médiích v čase přetrvává. V 15 let trvající studii zahrnující 329 participantů se zjistilo, že děti, které hodně sledovaly v televizi pořady s násilnou tématikou v 1. a ve 3. třídě vykazovaly 3x více kriminálního chování než jiné děti, tento stav trval zhruba do 20 let jejich věku (Huesmann, Moise, Podolski, Eron, 2003). Tyto děti pak i v dospělosti více napadaly své partnery nebo druhé lidi.

PC hry přímo odměňují násilné chování tím, že hráč získává body nebo postoupí na další úroveň. V TV programech není odměna přímo svázána s divákovým chováním. Poslední studie se přiklánějí k tomu, že násilí v PC hrách má větší vliv než násilí v televizi (Polman, Orobio de Castro, van Aken, 2008). V této studii jedna skupina hrála FPS a druhá se pouze dívala, jak jiní tuto hru hrají. Silnější efekt na agresivní chování byl prokázán u skupiny, která hru přímo hrála.

Několik studií se zabývalo také dopadem sexuálního násilí v médiích na agresi vůči ženám. Experiment na toto téma provedli provedený Donnerstein a Berkowitz (1981) s vysokoškoláky (muži), které rozdělili do 4 skupin podle toho, jaký film sledovali:

1) nenásilný a explicitně nesexuální krátký film,
2) nenásilný sexuálně explicitní krátký film o páru, který si užíval milování,
3) násilný sexuálně explicitní krátký film o muži, který znásilňuje ženu, která se znásilnění brání,
4) násilný sexuálně explicitní krátký film o muži, který znásilňuje ženu, která se zpočátku znásilnění brání, ale nakonec se zdá, že si znásilnění užívá.

Následně byli účastníci provokováni konfidentem experimentátora mužského nebo ženského a měli možnost potrestat ho/ji pomocí elektrického šoku. Výsledky ukázaly, že muži, kteří scény znásilnění, byli agresivnější než muži, kteří tyto scény neviděli, zejména v případě, kdy konfidentem provokatérem byla žena. Muži, kteří viděli scénu se ženou, která si užívala znásilnění, měli vůbec nejvyšší úroveň agrese. Scéna s nenásilným sexem nevedla ke zvýšení agrese. Muži, kteří viděli scénu s nenásilným sexem, byli dokonce méně agresivní vůči ženskému provokatérovy než vůči mužskému.

Tzn., vyobrazení normálního sexu v médiích nevede ke zvýšení agrese, ale filmy zobrazující některé druhy násilného sexu mohou vést k větší agresi. Sledování sexuálního násilí má dlouhodobý efekt na znecitlivění vůči bolesti a utrpení žen, které jsou oběťmi sexuálního násilí. I několik dnů po zhlédnutí násilných sexuálních scén v tzv. slasheru, vykazovali muži zvýšenou toleranci k agresi vůči ženám (Malamuth, Check, 1981). Byl doložen vztah mezi sledováním násilné pornografie a sexuální agresí (Kingston a kol., 2008).

7.5.3 Prostředí

Vyšší teplota je spojena s vyšším stupněm agrese a násilí, teplejší regiony mají více násilné kriminality než regiony chladnější (Anderson, Anderson, 1996). V horkých letech, měsících a dnech dochází k většímu počtu násilných trestných činů. Reifman, Larrick a Fein (1991) např. zjistili, že čím je tepleji, tím je pravděpodobnější, že nadhazovač zasáhne pálkaře. Existuje dokonce i vztah mezi počtem vražd a teplejšími a chladnějšími roky.

Studie prokázaly, že i hlasité zvuky mohou zvýšit agresi (Geen, McCown, 1984), včetně hluku veřejné dopravy. Hluk může také zvýšit agresi u zvířecích druhů, jako jsou myši a krysy. Nepříjemný zápach, pasivní kouření a znečištění ovzduší také může zvýšit agresi (Rotton, Frey, 1985). Všechny tyto nepříjemné environmentální faktory zvyšují agresivitu, protože se lidé cítí špatně a jsou nevrlí.

Shrnutí

Agrese je definována způsobem, který odráží rozdíly v základních teoriích o její povaze a příčinách. Jedna jednoduchá definice zní, že jde o úmyslné poškození někoho jiného. Existují dvě hlavní teorie o původu agrese, jedna zdůrazňuje její biologický původ a druhá její společenský původ. Biologické vysvětlení lze odvodit od darwinistické teorie a zahrnuje názory Freuda, etologické teorie agrese a v poslední době také evoluční sociální psychologii. Tyto přístupy zdůrazňují geneticky determinované vzorce chování, které lidé sdílí. Sociální vysvětlení obvykle kladou důraz na roli společenských procesů a vliv učení. Některé obsahují i biologickou složku, jako je např. frustračně-agresivní hypotéza. Teorie sociálního učení zdůrazňuje principy posilování a vliv modelu na chování jedince. Některé výzkumy týkající se příčin agrese se zaměřily na faktory, které jsou považovány za součást člověka jak otakového, jako je třeba osobnost a pohlaví. Další práce se zase soustředily na přechodné stavy, jako zkušenost s frustrací, úloha katarze, účinky provokace atd. Další studie se zabývaly situačními faktory. Patří mezi ně stresory ve fyzickém prostředí, jako je např. teplota a hluk. Sociální přístup k agresi naznačuje určitou možnost změny ve vzorcích agresivního chování v čase a v kulturním kontextu. Například existují důkazy o zvýšené agresi žen v poslední době a také míra fyzické agrese se v různých kulturách liší, což odráží dlouhodobé rozdíly v normách a hodnotách. Úloha hromadných sdělovacích prostředků je kontroverzní. Uvádí se, že zobrazování násilí může znecitlivět lidi k následkům násilí. Dalším argument je, msové sdělovací prostředky poskytují model pro budoucí chování.

Pojmy k zapamatování

Agrese jakékoliv chování, které má za cíl poškodit jinou osobu, která se aktivně snaží vyhnout se nebo zabránit svému zranění

Přímá agrese jakékoli jednání, které úmyslně poškozuje jinou osobu, která je fyzicky přítomna

Nepřímá agrese jakékoli jednání, které úmyslně poškozuje jinou osobu, která není fyzicky přítomna

Reaktivní agrese impulzivní jednání, které je motivováno snahou někoho zranit

Proaktivní agrese promyšlené vypočítavé škodlivé jednání, které je prostředkem k dosažení praktického nebo materiálního zisku

Násilí agrese, která má za cíl extrémní fyzické poškození, jako je zranění nebo smrt

Antisociální chování chování, které poškozuje mezilidské vztahy nebo je kulturně nežádoucí

Instinkt vrozená (biologicky naprogramovaná) tendence vyhledávat konkrétní cíl, jako je potrava, voda nebo sex

Modelování pozorování, kopírování nebo napodobování chování druhých lidí

Frustračně-agresivní hypotéza představa, že výskyt agresivního chování vždy předpokládá existenci frustrace a existence frustrace vždy vede k nějaké formě agrese

Frustrace zablokování cesty vedoucí k osobnímu cíli

Hostilní atribuční omyl tendence vnímat nejednoznačné chování jiných lidí jako agresivní

Hostilní percepční omyl tendence vnímat obecně společenské interakce jako agresivní

Omyl hostilního očekávání tendenci předpokládat, že lidé budou reagovat na možné konflikty agresí

Domácí násilí násilí, ke kterému dochází v domácnosti nebo rodině, tj. mezi lidmi, kteří k sobě mají navzájem blízký vztah

Efekt zbraně nárůst agrese, ke kterému dochází v důsledku pouhé přítomnosti a zbraň

Cvičení

Několika větami se poksute odpovědět na toázku: **Jaká teorie agrese předpokládá, že používáme agresi k tomu, abychom dosáhli vytyčeného cíle**?

Zamysete se a popište rozdíly v typech agrese mužů a žen.

Kontrolní otázky

1. Co tvrdí frustračně-agresivní hypotéza? Pomáhá nám vysvětlit vznik agresivního chování?

2. Mohou se děti skutečně rychle učit, jak být agresivní?

3. Variuje výskyt agrese v závislosti na pohlaví nebo na kultuře?

4. Způsobuje prezentace násilí v televizi, že se lidé stávají agresivnějšími?

Korespondenční úkol

Napište esej na táma „Jakým způsobem může být tendence chovat se agresivně snížena.“

Literatura

(1) Anderson, C. A., Anderson, K. B. Violent crime rate studies in philosophical context: A destructive testing approach to heat and southern culture of violence effects. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1996, 70, 740–756. ISSN 0022-3514.

(2) Archer, J. Sex differences in aggression between heterosexual partners: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*. Washington: APA, 2000, 126, 651–680. ISSN 0033-2909.

(3) Bandura, A. *Aggression: A social learning theory analysis*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall 1973. 390. ISBN 978-0130207432.

(4) Bandura, A. *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1977. 256. ISBN 978-0138167448.

(5) Bandura, A., Ross, D., Ross, S. Transmission of aggression through imitation of aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. Washington: APA, 1961, 63, 575–582. ISSN 0021-843X.

(6) Bandura, A., Ross, D., Ross, S. Vicarious reinforcement and imitative learning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. APA, 1963, 67, 601–607. ISSN 0021-843X.

(7) Baron, R. A., Richardson, D. R. *Human aggression*. Edice, 2. New York: Plenum Press, 1994. ISBN 978-1461571971.

(8) Baumeister, R. F., Bushman, B. J. *Social psychology and human nature*. Belmonst: Wadsworth, 2011. 832. Edice, 7. ISBN 978-0-495-60133-3.

(9) Berkowitz, L. Frustration-aggression hypothesis: Examination and reformulation. *Psychological Bulletin*. Washington: APA, 1989, 106, 59–73. ISSN 0033-2909.

(10) Berkowitz, L., LePage, A. Weapons as aggressioneliciting stimuli. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1967, 7, 202–207. ISSN 0022-3514.

(11) Bushman, B. J., Huesmann, L. R. Short-term and long-term effects of violent media on aggression in children and adults. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*. Chicago: American Medical Association, 2006, 160, 348–352. ISSN 1072-4710.

(12) Bushman, B. J., Baumeister, R. F., Phillips, C. M. Do people aggress to improve their mood? Catharsis beliefs, affect regulation opportunity, and aggressive responding. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 2001, 81, 17–32. ISSN 0022-3514.

(13) Carlson, M., Marcus-Newhall, A., Miller, N. Effects of situational aggression cues: A quantitative review. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1990, 58, 622–633. ISSN 0022-3514.

(14) Collins, R. L., Quigley, B., Leonard, K. Women's physical aggression in bars: An event-based examination of precipitants and predictors of severity. Aggressive Behavior. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2007, 33(4), 304–313. ISSN 0096-140X.

(15)Dill, K. E., Anderson, C. A., Anderson, K. B., Deuser, W. E. Effects of aggressive personality on social expectations and social perceptions. *Journal of Research in Personality*. Asterdam: Elsevier, 1997, 31, 272–292. ISSN 0092-6566.
(16)Dollard, J., Doob, L., Miller, N., Mowrer, O., Sears, R. Frustration and aggression. New Haven, CT: Yale University Press, 1939. 209. ISBN 978-0313222016.
(17)Donnerstein, E., Berkowitz, L. Victim reactions in aggressive erotic films as a factor in violence against women. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1981, 41, 710–724.
(18)Freud, S. (1991). Vybrané spisy I.: I. Přednášky k úvodu do psychoanalýzy. II. Nová řada přednášek k úvodu do psychoanalýzy. Edice, 2. Praha: Avicenum.
(19)Freud, S. (1993). Vybrané spisy II-III. Studie o hysterii. Zlomek analýzy případu hysterie. Práce k sexuální teorii a k učení o neurózách. Edice, 2. Praha: Avicenum.
(20)Geen, R. G., McCown, E. J. (1984). Effects of noise and attack on aggression and physiological arousal. Motivation and Emotion, 8, 231–241.
(21)Gross, R. *Psychology: The Science of Mind and Behaviour*. Edice, 6. London: Hodder Education, 2010. 912. ISBN 978-1444108316.
(22)Hinde, R. A. (1970). Animal behavior. New York: McGraw-Hill.
(23)Hogg, M. A., Vaughan, G. M. *Social psychology*. London: Pearson, 2011. 763. Edice, 6. ISBN 978-0273741145.
(24)Huesmann, L. R., Moise, J., Podolski, C. P., & Eron, L. D. (2003). Longitudinal relations between childhood exposure to media violence and adult aggression and violence: 1977–1992. Developmental Psychology, 39, 201–221.
(25)Kingston, D. A., Fedoroff, P., Firestone, P., Curry, S., & Bradford, J. M. (2008). Pornography use and sexual aggression: The impact of frequency and type of pornography use on recidivism among sexual offenders. Aggressive Behavior, 34, 341–351.
(26)Kuo, Z. Y. (1930). Genesis of the cat's behavior towards the rat. Journal of Comparative Psychology, 11, 1–35.
(27)Lagerspetz, K. M., Bjorkqvist, K., & Peltonen, T. (1988). Is indirect aggression typical of females? Gender differences in aggressiveness in 11- to 12-year-old children. Aggressive Behavior, 14, 403–414.
(28)Lorenz, Z. Takzvané zlo. Praha: Academia, 2003 236. ISBN 80-200-1098-X.
(29)Malamuth, N. M., & Check, J. V. P. (1981). The effects of mass media exposure on acceptance of violence against women: A field experiment. Journal of Research in Personality, 15, 436–446.
(30)Messick, D. M., Bloom, S., Boldizar, J. P., & Samuelson, C. D. (1985). Why we are fairer than others. Journal of Experimental Social Psychology, 21, 480–500.
(31)Miller, N. E. (1941). The frustration-aggression hypothesis. Psychological Review, 48, 337–342.

(32)Orobio de Castro, B., Veerman, J. W., Koops, W., Bosch, J. D., & Monshouwer, H. J. (2002). Hostile attribution of intent and aggressive behavior: A meta-analysis. Child Development, 73, 916–934.
(33)Morris, W. N., & Reilly, N. P. (1987). Toward the self-regulation of mood: Theory and research. Motivation and Emotion, 11, 215–249.
(34)Pettiway, L. E. (1987). Arson for revenge: The role of environmental situation, age, sex, and race. Journal of Quantitative Criminology, 3(2), 169–184.
(35)Pinker. S. The Better Angels of Our Nature: A History of Violence and Humanity. New York: Viking Books, 2011, 832. ISBN 978-0-670-02295-3.
(36)Polman, J., Orobio de Castro, B., & van Aken, M. (2008). Experimental study of the differential effects of playing versus watching violent video games on children's aggressive behavior. Aggressive Behavior, 34(3), 256–264.
(37)Reifman, A. S., Larrick, R. P., & Fein, S. (1991). Temper and temperature on the diamond: The heat-aggression relationship in major league baseball. Personality and Social Psychology Bulletin, 17, 580–585.
(38)Ross, S. M. (1996). Risk of physical abuse to children of spouse abusing parents. Child Abuse and Neglect, 20, 589–598.
(39)Rotton, J., & Frey, J. (1985). Air pollution, weather, and violent crimes: Concomitant time-series analysis of archival data. Journal of Personality and Social Psychology, 49, 1207–1220.
(40)Taylor, S. E., Klein, L. C., Lewis, B. P., Gruenewald, T. L., Gurung, R. A. R, & Updegraff, J. A. (2000). Biobehavioral responses to stress in females: Tend-and-befriend, not fight-or-flight. Psychological Review, 107, 441–429.
(41)Tedeschi, J. T., & Felson, R. B. (1994). Violence, aggression, and coercive actions. Washington, DC: American Psychological Association.
(42)Tremblay, R. E. (2000). The development of aggressive behavior during childhood: What have we learned in the past century? International Journal of Behavioral Development, 24(2), 129–141.
(43)Turner, C. W., Layton, J. F., & Simons, L. S. (1975). Naturalistic studies of aggressive behavior: Aggressive stimuli, victim visibility, and horn honking. Journal of Personality and Social Psychology, 31, 1098–1107.
(44)Výrost, J., Slaměník, I. *Sociální psychologie*. Praha: Grada, 2008. 416. Edice, 2. ISBN 978-80-247-1428-8.
(45)Wiehe, V. R. (1991). Perilous rivalry: When siblings become abusive. Lexington, MA: Heath/Lexington Books.
(46)Zillmann, D., Katcher, A. H., Milavsky, B. (1972). Excitation transfer from physical exercise to subsequent aggressive behavior. Journal of Experimental Social Psychology, 8, 247–259.
(47)Zalar, R. W., Harris, R. B., Kyriacou, D. N., Anglin, D., Minow, M. Domestic violence. *New England Journal of Medicine*. Waltham: Massachusetts Medical Society, 2000, 342, 1450–1453. ISSN 0028-4793.

8 Prosociální chování

Cíl kapitoly

Po nastudování této kapitoly byste měli být schopni:

- *Kategorizovat prosociální chování, pomáhající chování a altruismus.*
- *Vysvětli evoluční roli prosociálního chování.*
- *Popsat, jak se empatie, arousal a nálada přihlížejících osob podílí na rozhodnutí o poskytnutí pomoci.*
- *Pochopit, jak se na pomáhajícím chování podílí učení.*
- *Popsat povahu mimořádných událostí, úlohu kognice a rozptýlení zodpovědnosti.*
- *Objasnit, jak korelují rysy osobnosti s ochotou pomoci člověku v nouzi.*

Klíčová slova

Altruiumus, efekt efekt přihlížejícího, rozložení zodpovědnosti, krizová situace, emaptie, evoluční sociální psycholgoie, pomáhající chování, normy, prosociální chování, princip preciprocity, sociální srovnávání, teorie sociálního učení.

Průvodce studiem

Nejprve si rychle ji projděte celou kapitolu, abyste získali představu o hlavních tématech. Pozorně si přečtěte souhrn, který je uveden na konci kapitoly. Napadnou vás otázky, na které najdete odpověď po přečtení celé kapitoly. Potom si kapitolu pozorně přečtěte. Při čtení se pokuste nalézt odpověď na otázky, které jste si položili. Pokuste se najít souvislosti mezi probíranou látkou a tím, co již víte. Po přečtení kapitoly se snažte vzpomenout si na hlavní myšlenky. Tento postup vám napomůže odhalit mezery ve vašich vědomostech a pomůže vám uspořádat si informace.

8.1 Prosociální chování, pomáhající chování a altruismus

V literatuře se obvykle mluví o činech, které prospívají jiné osobě jako o prosociálním chování, pomáhajícím chování nebo altruistickém chování. Ačkoli lidé často používají tyto pojmy jako synonyma, existují určité rozdíly v způsobu, jakým se tyto pojmy užívají ve vědecké literatuře. **Prosociální chování** zahrnuje širokou kategorií činů, které společnost hodnotí pozitivně. Wispé (1972) definoval prosociální chování jako chování, které má pozitivní společenské dopady a přispívá k tělesnému nebo psychickému blahu jiné osoby. Je dobrovolné a jeho cílem prospěch ostatních. Být prosociální tedy zahrnuje jak pomáhající tak altruistické

chování. Spadá sem např. takové jednání, jako přispívání na charitu, přátelství, obětování se atp. Co je považováno za prosociální stanovují společenské normy.

Pomáhající chování je podkategorií prosociálního chování. Pomoc je zde záměrná a prospívá další osobě nebo skupině. Pro lepší názornost si můžeme uvést následující ilustrativní příklad: Pokud náhodou ztratíte pětistovku a někdo ji najde a něco si za ni koupí, nelze to považovat za pomáhající chování. Pokud ale dáte pět set korun bezdomovci, který ji opravdu nutně potřebuje, pomohli jste mu tím. Pomoc může být za určitých podmínek dokonce i antisociální, např. když je poskytnuta za účelem, aby se ti, ke kterým je pomoc směřována, jevili ve špatném světle (Gilbert, Silvera, 1996).

Altruismus je další podkategorií prosociálního chování a vztahuje se na činy, z nichž má výhradní prospěch ten, jemuž je pomoc poskytnuta. Batson (1991) tvrdí, že skutečný altruismus je vždy nezištný. Staub (1989) nicméně poznamenává, že někdy mohou existovat tzv. soukromé odměny, spojené s altruistickým činem, jako je třeba zbavení se pocitu viny apod. V psychologické literatuře existuje silná kontroverze týkající se altruismu, která se soustřeďuje kolem otázky, jak šlechetná lidská povaha ve skutečnosti vlastně je a zda je altruismus jako takový vůbec možný.

Prosociální chování je těžké vysvětlit pomocí tradičních teorií. Většina psychologů totiž zastává názor, že lidské chování je veskrze egoistické. Všechno, co děláme, děláme nakonec vždy ve svůj vlastní prospěch, náš vlastní zájem je nám nadevše. Prosociální chování se proto jeví jako tak neobvyklé, zvláštní, protože se zdá být naprosto nezávislé na učení. Neustále se opakující tématem je v psychologii diskuse o roli biologických a naučených determinant chování.

8.2 Proč si lidé pomáhají?

K otázce, proč si lidé pomáhají, lze přistoupit ze dvou hlavních perspektiv, z nichž jedna je založena na evoluční teorii a druhá na teorii sociálního učení.

8.2.1 Evoluční hledisko

Řada vědců předpokládá, že stejně tak, jako mají lidé přirozenou potřebu jíst a pít, mají také vrozenou tendenci pomáhat druhým. Pokud je to pravda, může to být jeden z důvodů, proč jsou lidé tak evolučně úspěšným druhem (Výrost, Slaměník, 2008). V této souvislosti lze uvést následující případ, který se skutečně stal. Malé dítě, Margareta a její přítel Red seděli na zadním sedadle auta Margaretiných rodičů. Náhle se auto vzňalo. Red vyskočil z auta, ale uvědomil si, že Margareta je stále uvnitř. Skočil zpět do hořícího auta, popadl Margaretu za bundu a odtáhl ji do bezpečí (Batson, 1983). Měli bychom tento čin považovat za motivovaný altruistickým impulsem zděděným po našich předcích? Odpověď na tuto otázku je stále předmětem mnoha diskusí, protož problém je v tom, že Red byl pes. Tento příběh podporuje argument, že existuje genetický základ pro altruismus a

prosociální chování. Stevens, Cushman a Hauser (2005) identifikovali celkem dvě možná vysvětlení kooperativního chování u lidí a zvířat:

- **Mutualismus** – kooperativní chování je přínosem jak pro jedince, který pomoc nabízí, tak i pro ostatní.
- **Příbuzenský výběr** (angl.. kin selection) – pomáhající je pokrevně spojen s obětí a tím, že jí poskytne pomoc pomáhá současně propagovat své vlastní geny. Jelikož pomáhající nemá ze své pomoci žádný přímý zisk, zle mluvit o altruismu.

Burnstein a kol. (1994) zkoumali pravidla rozhodování, podle kterých se lidé rozhodují, zda se zachovají altruisticky. Účastníci jejich studie hodnotili, s jakou pravděpodobností by pomohly druhému člověku v několika situacích. Lidé upřednostňovali nemocné lidi před zdravými v každodenních situacích, ale v situacích života a smrti upřednostňovali naopak zdravé před nemocnými. Více brali v potaz příbuzenské vazby k obětem v každodenních situacích a zdravotní stav obětí situacích života a smrti. Lidé více pomáhali velmi mladým nebo velmi starým v každodenních situacích, ale např. za hladomoru by spíše pomohli 10letým nebo 18letým než kojencům nebo starším lidem. Tato data jsou v souladu s myšlenkou, že příbuzenské vztahy hrají zásadní roli při rozhodování o poskytnutí pomoci, když se lidé ocitnou ve velmi obtížné nebo nebezpečné situaci.

Zjištění, že jsme ochotni pomoci cizím lidem stejně jako příbuzným vyvolala vzrušenou debatu mezi psychology a biology. Jen málo sociálních psychologů přijímá výlučně evoluční vysvětlení prosociálního chování a ztotožňuje se s evolučním vysvětlením jen v omezené míře (Hogg, Vaughan, 2010). Problém s evoluční teorií jako jediným vysvětlením altruismu tkví v nedostatku důkazů. Naopak se v životě setkáváme spíše s tím, že řadu případů chování souvisejícího s altruismem je velmi obtížné vysvětlit pouze na biologické úrovni. Další kritikou je pak nedostatečná pozornost, kterou věnovali evoluční teoretici sociálnímu učení.

8.2.2 Empatie a nabuzení (arousal)

Evoluční teorie sama o sobě nestačí k tomu, aby vysvětlila, proč si lidé pomáhají. Vzhledem k tomu, že se na altruismu mohou podílet jak genetické, tak sociální faktory, byly učiněny pokusy o vytvoření biosociálního přístupu k porozumění altruismu. Zatímco pomáhání dalším členům stejného druhu se mohlo vyvinout prostřednictvím přirozeného výběru, tak je stále toto chování výrazně modifikovány různými aspekty dané situace (Hoffman, 1981). Zatímco biologické mechanismy nás mohou předurčovat k altruistickému jednání, tak to kdy a jak budeme reagovat, závisí na naší osobní historii a na aktuálních okolnostech.

Před prosociálně orientovaným činem člověk obvykle zakouší stav vzrušení (arousal) a empatie (Gaertner, Dovidio, 1977). Empatie je emoční reakce na něčí utrpení a v přihlížejícím vyvolává rušivé emoce. Dospělí i děti reagují empaticky na příznaky, že jiná osoba je znepokojena, což znamená, že pozorování někoho kdo trpí je pro

nás nepříjemné. Dokonce i novorozenci staří jeden nebo dva dny již mohou reagovat na utrpení jiného dítěte (Hogg, Vaughan, 2008). V reálném životě se lidé často nechovají prosociálně, protože se aktivně vyhýbají empatii. Když tedy pomáháme, činíme tak proto, abychom se zbavili vlastních nepříjemných pocitů.

8.2.3 Empatie a altruismus

Lidé pomáhají druhým lidem, kteří se ocitnou v nouzi, hlavně proto, že se tím zbaví vlastních nepříjemných pocitů, řečeno jinými slovy. Altruismus je tedy nesprávný název, protože toto chování je ve skutečnosti motivováno vlastním zájmem. Batson a kol. (1981) uvádí, že čin je skutečně altruistický pouze tehdy, když lidé pomohou druhému i tehdy, přestože vědí, že i kdyby nepomohli, nebudou nuceni sledovat utrpení této osoby. Bierhoff a Rohmann (2004) podpořili tento názor tím, že skutečný altruismus se nejpravděpodobněji vyskytuje v situacích, kdy potenciální pomocník může ze situace snadno uniknout.

Empatie vyžaduje, abychom se dokázali podívat na situaci jiného člověka jeho očima. Maner a kol. (2002) prokázali existenci vztahu mezi schopností podívat se na situaci očima člověka, který je v nesnázích, zvýšenou empatií a větší ochotou pomáhat. Decety a Lamm (2006) tvrdí, že tato schopnost má evoluční význam. Někteří primáti reagují na pocity druhých, ale lidé mohou jak cítit tak úmyslně jednat ve prospěch jiných lidí. Tato schopnost může vést k tomu, proč je empatie považována za rozhodující pro altruismus.

Batson a kol. (2003) rozlišuje mezi prožíváním toho, jak se asi druhý člověk v takové situaci cítí a tím, když si představujeme, jak bychom se my v takové situaci sami cítili. Různé druhy empatie pak vedou k různým druhům motivace pomoci druhému člověku. Pokud si aktivně představujeme, jak se druhý člověk asi musí cítit, zažíváme empatii, což vede k altruistické motivaci. Avšak jestliže si aktivně představujeme, jak bychom se my sami cítili, zažíváme samozřejmě také empatii, ale tato empatie v nás vyvolává emoční nepohodu a výsledná motivace je tak kombinací altruismu a egoismu. Lidé, kteří sami zažili něco stresujícího, budou více soucítit s osobou, která se nachází v podobné situaci.

Zajímavou otázkou je, zda jsou ženy více empatické než muži. V jedné studii účastníci četli příběh dospívajícího stejného pohlaví, který pojednával o stresující životní události, jako být předmětem posměchu kvůli akné, nebo být zrazen či odmítnut (Batson et al., 1996). Ženy vykazovaly více empatie s teenagerem stejného pohlaví, pokud měli samy během dospívání podobné zkušenosti. U mužů tento efekt nalezen nebyl. Autoři toto zjištění přičítají na vrub socializaci – ženy si cení vzájemnou závislost a jsou více orientované na druhé, zatímco muži si cení nezávislosti a jsou více orientováni na sebe.

8.2.4 Altruismus a teorie učení

Další široce zastoupený názorový proud staví na hypotéze, že prosociální chování je složitě propojeno se socializací a jde tedy o naučené a nikoliv o vrozené chování. Podle stoupenců teorie učení se na našem prosociálním chování podílejí procesy klasického podmiňování, instrumentálního podmiňování a observačního učení. Zahn-Waxlerová a kol. (1992) studovala vývoj emocí u dětí. Dospěla k závěru, že to, jak reagujeme na utrpení ostatních, je spojeno se způsobem, jakým se učíme dělit se s někým, pomáhat a poskytovat komfort druhým osobám a že se tyto vzorce chování objevují již mezi 1. a 2. rokem věku. Existuje několik způsobů, jak se lze těmto činnostem naučit:

1. **Prostým podáním instrukcí**. Zjistilo se, že stačí děti instruovat, aby pomáhaly ostatním. Říkáním dítěti, co je vhodné vzniká návod k jednání. Nicméně kázání o dobrém chování je neúčinné, pokud se dospělí lidé chovají nekonzistentně. Pokud dospělý jedná sobecký a snaží se přimět děti k tomu, aby byly štědré, děti jsou ve skutečnosti ještě méně štědré, než děti v kontrolní skupině, kde se dospělí chová také štědře.
5. **Posílení**. Jednání, které je odměněno se bude s větší pravděpodobností opakovat. Když jsou malé děti odměněny za to, že nabízejí pomoc, pravděpodobně nabídnou pomoc i později. Podobně, pokud nejsou odměňovány, je méně pravděpodobné, že nabídnou pomoc znovu.
6. **Pozorování modelu**. Zatímco posílení (zpevnění) je efektivní při formování chování, modelování je ještě efektivnější. Sledování někoho jiného, kdo pomáhá druhému, je efektivní forma učení.

Učení prostřednictvím pozorování je případem procesu, který se lidé mohou učit jak postojům, tak agresivnímu chování. V jedné studii, která se zaměřila na vliv sledování prosociálního chování v televizi, bylo zjištěno, že postoje dětí k prosociálnímu chování se zlepšují (Rushton, 1979), nicméně v reálné situaci byl vliv na skutečné prosociální chování nižší a navíc se vrůstajícím časovým odstupem se ještě více snižoval. Děti, které se prosociálně chovají, mají tendenci být schopné tolerovat oddálení uspokojení svých potřeb a jsou více oblíbené u svých vrstevníků. Existují také těsné vývojové vazby mezi prosociálním chováním, copingem a sociálními kompetencemi (Eisenberg et al., 1996).

8.3 Efekt přihlížejícího

Rané výzkumy měly cíl zjistit, za jakých podmínek pomohou lidé někomu, kdo je v nouzi. Následně se otázka rozšířila na to, za jakých podmínek lidé někomu poskytnou pomoc za běžných nemimořádných okolností tím, že např. darují krev, nebo přispějí na charitu. Důraz byl tedy kladen spíše na situační faktory, které ovlivňují to, zda přihlížející osoby nabídnou pomoc, než na původ pomáhajícího chování jako takového. Navíc byly učiněny pokusy vytvoření modelů procesu

rozhodování se o poskytnutí pomoci, které z velké části vycházely z kognitivního hlediska.

Snad nejvlivnějším a nejdůkladněji studovaným faktorem, který ovlivňuje prosociální chování, bylo to, zda je přihlížející, který může poskytnout pomoc, sám nebo ve společnosti jiných lidí. Zjištění, že osamělý přihlížející pomůže spíše než skupina přihlížejících osob, je známý jako tzv. **efekt přihlížejícího** (angl.. bystander effect). Model, který navrhli obsahuje rozhodovací proces vycházející z toho, jak zareagují ostatní přihlížející lidé.

8.3.1 Kognitivní model

Latané a Darley (1968) provedli výzkum, který je dnes považován v sociální psychologii za legendární. Vycházeli z předpokladu, že empatie k utrpení druhého člověka nebo přinejmenším pocit občanské zodpovědnosti by měl vést k zásahu do krizové situace. Navíc v situaci, kdy je přítomno několik dalších přihlížejících osob, by měla existovat i větší pravděpodobnost, že někdo pomůže. Krizové situace se vyznačují následujícími charakteristikami (Hogg, Vaughan, 2008):

- Mohou zahrnovat nebezpečí pro osobu nebo pro její majetek.
- Jde o neobvyklou událost, s níž se obyčejný člověk zřídkakdy setká.
- Mohou se velmi lišit co do charakteru, od požáru a po loupežné přepadení.
- Nelze se na takové situace předem nikdy zcela připravit.
- Vyžadují okamžitý zásah, takže není čas vše si důkladně promyslet.

Krizová (mimořádná) situace zahrnuje nejistotu, nejednoznačnost a nedostatek struktury, zatímco to, co jedinec potřebuje, je podklad, na kterém by založil svůj úsudek nebo jednání. V obou případech je vysoce pravděpodobné, že budeme hledat vodítko pro to, jak myslet a jednat v jiných lidech. Takže hlavní předpoklad, jak se budou lidé ve stavu nouze chovat, je, že budou reagovat zcela odlišně podle toho, zda budou přítomni nebo nebudou přítomny další osoby.

Latané a Darley (1968) objevili, že k selhání v poskytnutí pomoci docházelo častěji, když se zvětšila velikost skupiny přihlížejících. Latané a Darley vytvořili na základě svých zjištění kognitivní model, který se snažil vysvětlit myšlenkové procesy, které probíhají v hlavě jedince a vyústí v to, zda se jedinec rozhodne poskytnout pomoc nebo ne. Toto rozhodnutí závisí podle nich na celé řadě dílčích rozhodnutí. V každém bodě tohoto procesu může dojít k rozhodnutí, které má za následek ukončení pomáhajícího chování.

Model rozhodování o tom, zda někomu poskytneme pomoc (Latané, Darley, 1968):

1. **Zaregistrovali jsme situaci, která by mohla vyžadovat naši pomoc**?
2. **Jak interpretujeme tuto situaci**? S největší pravděpodobností označíme situaci za mimořádnou událost a pomůžeme, když se domníváme, že stav oběti je vážný a rychle se bude zhoršovat. Lidé pravděpodobněji pomohou

někomu v naléhavých případech (někdo potřebuje zastavit tepenné krvácení) než v případě nemimořádných událostí. Zvukově sdělované utrpení (např. křik) je obzvláště účinné a zvyšuje pravděpodobnost zásahu přihlížejícího člověka, křik tak třeba může vést k tomu, že přihlížející účinně zasáhnou až v 75 % případů.

3. **Přijmeme osobní odpovědnost za poskytnutí pomoc**? Mnohdy rozhodnutí o převzetí osobní zodpovědnosti závisí na tom, jak kompetentní se přihlížející osoba v dané situaci cítí. Pro kroky 2 a 3 je rozhodující vliv přihlížejících.
4. **Co se rozhodneme udělat**?
5. **Poskytuje ještě někdo další pomoc**? Pokud máme pochybnosti o tom, zda je situace opravdu krizová, nebo nevíme, co máme dělat, ovlivní naše rozhodnutí způsob, jakým se chovají ostatní.

Latané a Darley zrealizovali další experiment, kdy pozvali studenty (jednalo se o muže), aby diskutovali o některých problémech života na velké univerzitě. Zatímco studenti vyplňovali dotazník, začal do místnosti pronikat kouř. Toto pokračovalo po dobu šesti minut, dokud nebyla místnost plná kouře. Účastníci byli buď sami, s dalšími dvěma účastníky, nebo s dvěma konfidenty experimentátora, kteří kouř ignorovali. Výzkumníky zajímalo, zda se lidé v takových situacích řídí podle toho, co dělají druzí. A přesně to se prokázalo. Účastníci, kteří byli sami, s větší pravděpodobností ohlásili kouř, než když byli v přítomnosti druhých lidí. Zatímco 75 % účastníků, kteří byli sami, ohlásili kouř, tak v případě, že se nacházeli v místnosti se dvěma dalšími účastníky výzkumu, ohlásili kouř pouze v 38 % případů. V přítomnosti dvou pasivních konfidentů ohlásili kouř jen v 10 % případů. Přítomnost druhých lidí může člověku zabránit v reakci na krizovou situaci, čím více přihlížejících je, tím pomalejší je reakce.

Latané a Rodin (1969) provedli experiment, kdy účastníci jejich studie (opět šlo o muže) buď individuálně, nebo ve dvou vyplňovali dotazník, když v tom uslyšeli ženu z jiné místnosti, která se snažila otevřít skříňku. Zničehonic se ozvala hlasitá rána, následovaná bolestivým výkřikem a sténáním. Ochota poskytnout pomoc klesla ze 70 % u účastníků, kteří byli sami, na 40 % v případě dvojic. Přítomnost pasivního konfidenta experimentátora, který svou nečinností naznačoval, že situace není nikterak kritická, vedla k tomu, že ochota pomoct poklesla na pouhých 7 %.

Latané a Darley (1968) vymysleli experiment, aby ověřili, zda musí být druzí lidé přítomni fyzicky, aby se snížila ochota pomoci. Studenti mohli vzájemně komunikovat pouze interkomem a byli umístěni v samostatných kabinách. Věřili, že skupina sestává ze dvou lidí, čtyř lidí nebo šesti osob. Konfident experimentátora se v rozhovoru jen tak mimochodem zmínil o tom, že trpí epileptickými záchvaty. Později bylo slyšet zvuky, jakoby tato osoba měla záchvat a pak už bylo slyšet jen ticho. Výsledky ukázaly, že čím více bylo přítomných lidí, tím menší byla pravděpodobnost, že někdo pomůže. Procento účastníků, kteří pomohli, bylo následující 85 %, když byli sami, 62 % když si mysleli, že jsou přítomni další dva jiní a 31 % když si mysleli, že jsou přítomni čtyři další lidé.

Aby mohli lidé nějak zareagovat na nouzovou situaci, musí vystoupit ze svých každodenních činností a zapojit se do nějakého neobvyklé a neočekávané aktivity. Když jsou lidé sami, obvykle tak často učiní bez váhání. Pokud je však přítomno několik dalších osob, existuje zde jasná tendence k pozdržení vlastní reakce až k rozhodnutí nereagovat vůbec. Tento efekt se násobí s každým dalším přihlížejícím, takže nakonec může dojít i k tomu, že ani velká skupina přihlížejících diváků nemusí vůbec zasáhnout. Latané a Darley (1976) na základě získaných dat identifikovali několika možných sociálních procesů, které by mohly být základem neochoty přihlížející skupiny lidí poskytnout oběti účinnou pomoc. Řešení hledali v odpovědích na následující tři otázky, které si položili:

1. Je si člověk vědom toho, že jsou přítomni druzí lidé?
2. Může jedinec skutečně vidět nebo slyšet ostatní a být si vědom toho, jak reagují?
3. Mohou tyto osoby sledovat chování jedince?

8.3.2 Rozptýlení zodpovědnosti (diffusion of responsibility)

V případě mimořádné události poskytuje přítomnost dalších diváků příležitost svést na ně zodpovědnost za vlastní nečinnost. Osoby, které jsou samy, pravděpodobněji pomohou oběti, protože vědí, že nesou veškerou zodpovědnost. Pokud nebudou jednat, není zde nikdo jiný, kdo by jednal.

- **Inhibice publika**. Ostatní diváci mohou vyvolat v lidech rozpačitost ohledně jejich zamýšleného chování, lidé totiž nechtějí vypadat hloupě a reagovat přehnaně. V kontextu prosociálního chování se tento proces někdy označuje jako **strach ze sociálních omylů** (angl.. fear of social blunders).
- **Sociální vliv**. přihlížející diváci slouží jako model chování. Jsou-li pasivní a neochotní, situace se pak může jevit jako méně závažná.

8.4 Lidský faktor

Výzkum v této oblasti se soustředil na dvě okolnosti: přechodné psychické stavy a osobnostní charakteristiky (rysy) jedince. První faktor zahrnuje nálady a pocity, druhý pak relativně trvalé znaky.

8.4.1 Nálada

Výzkumy prosociálního chování ukázaly, že lidé, kteří se cítí dobře, mnohem pravděpodobněji pomohou někomu, kdo je v nouzi, než lidé, kteří mají špatnou náladu. Isen (1970) např. zjistil, že učitelé, kteří byli úspěšnější při řešení experimentální úlohy, přispěli pak mnohonásobně větší částkou na charitu. Konkrétně učitelé, kteří si v testu vedli dobře, darovali sedmkrát tolik jak ostatní. Isen (1970) předpokládal, že když se člověku daří, vytváří to v něm něco, co nazval „vřelé nadšení z úspěchu," díky čemuž pak ochotněji pomáhá druhým. Když se lidé

cítí dobře, jsou méně zaujati sami sebou a jsou citlivější vůči potřebám a problémům druhých. Dobrá nálada znamená, že se lidé více zaměřují na pozitivní věci a mají optimističtější pohled na život a vidí svět přátelským způsobem. Např. lidé, kteří slyší v rádiu dobré zprávy, vykazují větší ochotu pomáhat než lidé, kteří slyší špatné zprávy. Podle dostupných zjištění jsou lidé v lepší náladě a jsou ochotnější pomoci druhým za teplých slunečných dnů, než za chladných deštivých dnů.

Naopak lidé, kteří mají špatnou náladu, jsou smutní nebo depresivní, se zaměřují na sebe, své problémy a starosti a méně se pak starají o blaho ostatních, v důsledku čehož pak i méně ochotně pomáhají druhým. Berkowitz (1970) prokázal, že sebestřednost snížila množství pomoci poskytnuté studentům, čekajícím na výsledek důležité zkoušky. Nicméně, ne vždy vede špatná nálada ke snížení poskytnuté pomoci. Některé druhy negativních emocí mohou způsobit, že lidé jsou mnohem náchylnější pomoci bližnímu svému. Takovým pocitem je např. vina. Získaná data naznačují, že prožitky úspěchu a dobrá nálada obecně vedou k prosociálnímu chování, zatímco špatná nálada může, ale nezbytně nutně nemusí snížit tendenci k poskytnutí pomoci.

8.4.2 Osobnostní rysy

Mezilidské vztahy mohou zvýšit pocit osobní odpovědnosti, kterou přihlížející zažívá v případě nouze. Osobní odpovědnost se nejpravděpodobněji objeví u přihlížejícího tehdy, existuje-li vztah mezi ním a obětí, nebo v případě, že je oběť na přihlížejícím závislá. Na otázku proč jsou někteří lidé ochotnější podat pomocnou ruku druhému než jiní, není snadná odpověď. Byl učiněn pokus vytvořit profil tzv. **dobrého samaritána**, nicméně důkazy, podporující tuto hypotézu jsou dle velmi chabé (Hogg, Vaughan, 2008). Důležitou roli v prosociálním chování hraje **odpuštění**. Studoval se také dopad účinku odpuštění a zjistilo se, že lidé, kteří jsou ochotni odpustit druhým, kteří se vůči nim provinili, se obecně chovají více prosociálně.

Latané a Darley (1968) zjistili, že demografické proměnné, jako je zaměstnání rodičů a počet sourozenců, nekorelují s pomáhajícím chováním. Nicméně se ukázalo, že pomáhající chování vykazuje korelaci s velikostí města, v němž člověk žije. Lidé z maloměsta pomáhali druhým více než lidé z velkých měst. Tato zjištění potvrdily i další studie. Amato (1983) zkoumal ochotu lidí pomáhat v padesáti pěti australských městech. Výsledky ukázaly, že s nárůstem velikosti populace se ochota pomáhat snižovala. Pro tyto rozdíly v připravenosti poskytnout pomoc bylo vysloveno mnoho různých hypotéz. Možná je to tím, že se lidé v malých městech starají o druhé více z důvodu, že nejdou tolik zahlceni prací, méně spěchají a obecně se cítí méně přetíženi než lidé z velkých a rušných měst.

Latané a Darley (1968) uvádějí, že ochotu pomáhat nelze odvodit z osobnostních rysů člověka, jako je třeba autoritářství, alienace atd. Na druhé straně byla prokázána pozitivní korelace mezi pomáhajícím chováním a vnitřním místem kontroly, zralým morální úsudek a tendencí přebírat odpovědnost za blaho ostatních (Hogg, Vaughan, 2008). Dokonce ani tyto důkazy však nejsou dostatečně

silné na to, abychom na jejich základě mohli jasně odlišit „dobré samaritány“ od ostatních. Výzkumníci působící v této oblasti se shodují v tom, že žádná „altruistická osobnost“ neexistuje. To, zda se osoba zachová prosociálně, je determinováno jednak interakcí mezi osobností pomáhajícího a povahou situace, a dále pak také samotnou osobou, která vyžaduje pomoc.

Pokud se jedinec cítí být kompetentním k řešení dané mimořádné situace, je více pravděpodobné, že poskytne pomoc. Některé dovednosti jsou vnímány jako důležité v mimořádných situacích než jiné. Při reakci na člověka, který krvácel, zasáhli lidé s výcvikem v první pomoci častěji než ti, kteří tento výcvik neabsolvovali (Shotland, Heinold, 1985). Situace, které zdůrazňují skutečnost, že daná osoba má příslušné dovednosti k jejímu zvládnutí, znamenají, že tyto schopnosti by měly být využity. Platí zde „vím, co mám dělat, takže mám odpovědnost jednat." Kompetence mohou být specifické pro danou situaci, avšak existuje zde možnost, že v průběhu času dojde k jejich zobecnění i na nesouvisející situace. Výzkumy naznačují, že muži pomáhají ženám častěji a více než jiným mužům. Studie byly prováděny např. na motoristech, kdy konfident např. předstíral prasklou pneumatiku apod. Když člověk, který potřeboval pomoc, byla žena, projíždějící auta zastavila mnohem častěji, než když se jednalo muže nebo pár. Ti, kteří zastavili, byli mladí muži, kteří řídili sami.

Shrnutí

Prosociální chování je široká kategorie, která se týká všech činů pozitivně oceňovaných společností, včetně pomáhajícího a altruistického chování. Pomáhající chování se týká úmyslných činů, jejichž cílem je prospěch jiné osoby. Altruistické chování se týká chování motivovaného touhou pomáhat druhým bez očekávání osobního zisku nebo odměny. Je obtížné určit čistě altruistické chování, protože motivy nebo odměny mohou být skryté. Dvě hlavní hypotézy o původu a povaze prosociálního chování jsou v kontrastu. Jedna hypotéza je biologická a vychází z evoluční teorie. Druhá hypotéza je sociální a je založen na principech podmiňování a observačního učení. Většina sociálních psychologů odmítá klást příliš velký důraz na biologický přístup. Třetí hypotéza je integrující a zahrnuje arousal, empatii a analýzu nákladů a zisků. Výzkum pomáhajícího chování při krizových událostech zvýraznil efekt přihlížejících: poskytnutí pomoci je pravděpodobnější, když je přítomen pouze osamělý přihlížející. Situační faktory jsou dalšími důležitými determinanty v souvislosti s mimořádnou událostí. Výzkum jednotlivých atributů lidí poskytujících pomoc přinesl spíše smíšený obraz. Korelace osobnostních rysů s pomáhajícím chováním je slabá. Nicméně aktuální nálada a pocit vlastní kompetence mohou mít v některých situacích značný vliv. Další oblast výzkumu prosociálního chování se soustředila na roli pohlaví. Méně dobře zdokumentovaná oblast výzkumů se zabývá tím, jak příjemce interpretuje prosociální akt. To poukazuje na výzkumníky mnohdy opomíjenou věc, a sice, že většina naší pomoci směřuje k lidem, které osobně známe

a naše jednání tak přispívá k definici vztahu. Důležité otázky ve výzkumu a teorii zahrnují také účinek sociálních norem a význam základních motivů.

Pojmy k zapamatování

Prosociální chování činění něčeho, co je dobré pro druhé lidi nebo pro společnost jako celek

Reciprocita povinnost vrátit druhému to, co pro nás udělal

Normy standardy, které společnost stanovila, aby dala svým členům najevo, jaké formy chování jsou typické nebo očekávané

Příbuzenský výběr evoluční tendence pomáhat lidem, kteří nesou naše geny

Egoistické pomáhající chování když se přihlížející snaží pomoct druhému a tím zvýšit vlastní blaho

Altruistické pomáhající chování když se přihlížející snaží zvýšit blaho jiné osoby a nic za to nečeká na oplátku

Empatie reakce na emoční stav jiné osoby s tím, že zažíváme stejný emocionální stav

Empaticko-altruistická hypotéza představa, že empatie motivuje lidi ke snížení utrpení jiných osob tím, že jim pomáhají

Efekt přihlížejícího zjištění, že je méně pravděpodobné, že lidé poskytnou někomu pomoc, když jsou ve skupině, než když jsou sami

Pluralistická ignorance hledání vodítek pro vlastní chování v tom, jak se chovají druzí přítomní lidé

Rozptýlení zodpovědnosti snížení pocitu zodpovědnosti, ke kterému dochází, když je přítomno více osob

Cvičení

Sebeobětování v zájmu druhých se označuje jako _____. Doplňte.

Jak se označují skutky pomoci, které jsou motivovány tím, aby snížily naše vlastní emocionální nepohodlí nebo abychom obdrželi odměnu? Poksute se krátce odpovědět.

Kdy se lidé s největší pravděpodobností zapojí do altruistického jednání? Poksute se stručně odpovědět na tuto otázku.

V krizových situacích, bude-li přítomno větší množství lidí, je velmi pravděpodobné, že někdo z přihlížejících poskytne pomoc. Je to pravda nebo lež?

Když jsou přítomni další lidé, máme pocit, že neneseme celé břemeno zodpovědnosti za poskytnutí pomoci. Tento efekt je znám jako tzv. rozložení _____. Doplňte.

Kontrolní otázky

1. Jak evoluční teorie ovlivnila přístup sociální psychologie k pochopení původu altruismu?
2. Co je to empatie a jak souvisí s tím, zda poskytneme pomoc někomu, kdo ji potřebuje?
3. Existují důkazy, že se děti mohou naučit být altruistické?
4. Jaké situační faktory případně jaké individuální vlastnosti mezi potenciálními přihlížejícmi pomocníky zvyšují šanci, že bude poskytnuta pomoc člověku, který ji potřebuje?

Korespondenční úkol

Napište esej na téma: „Co vše se musí stát, aby přihlížející účinně zasáhl ve prospěch člověka, který jeho pomoc potřebuje?“

Literatura

(1) Amato, P. R. Helping behavior in urban and rural environments: Field studies based on a taxonomic organisation of helping episodes. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1983, 45, 571–586. ISSN 0022-3514.

(2) Batson, C. D. Sociobiology and the role of religion in promoting prosocial behavior: An alternative view. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1983, 45, 1380–1385. ISSN 0022-3514.

(3) Batson, C. D. *The altruism question: Toward a social-psychological answer*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum, 1991. 268. ISBN 978-0805802450.

(4) Batson, C. D., Coke, J. S. Empathy: A source of altruistic motivation for helping? In J. P. Rushton, R. M. Sorrentino (eds.). *Altruism and helping behavior: Social, personality, and developmental perspectives*. Hillsdale NJ: L. Erlbaum Associates, 1981, 167–183. ISBN 9780898591552.

(5) Batson, C. D., Sympson, S. C., Hindman, J. L., Decruz, P., Todd, R. M., Weeks, J. L., Jennings, G., Burris, C. T. 'I've been there, too': Effect on empathy of prior experience with a need. *Personality and Social Psychology Bulletin*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1996, 22, 474–482. ISSN 0146-1672.

(6) Batson, C. D., van Lange, P. A. M., Ahmad, N., Lishner, D. A. Altruism and helping behavior. In M. A. Hogg, J. Cooper (eds.) The Sage handbook of social psychology. London: Sage, 2007, 279–295. ISBN 978-1412945356.

(7) Baumeister, R. F., Bushman, B. J. *Social psychology and human nature*. Belmonst: Wadsworth, 2011. 832. Edice, 7. ISBN 978-0-495-60133-3.

(8) Berkowitz, L. (1972b). Social norms, feelings, and other factors affecting helping and altruism. In L. Berkowitz (ed.) Advances in experimental social psychology, Vol. 6. New York: Academic Press, 1972, 63–108. ISBN 9780120152063.

(9) Bierhof, H. W., Rohmann, E. Altruistic personality in the context of the empathy altruism hypothesis. *European Journal of Personality*. Hoboken NJ: John Wiley & Son, 2004, 18, 351–365. ISSN 0890-2070.

(10) Burnstein, E., Crandall, C., Kitayama, S. Some neo-Darwinian decision rules for altruism: Weighing cues for inclusive fitness as a function of the biological importance of the decision. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1994, 67, 773–789. ISSN 0022-3514.

(11) Darley, J. M., Latané, B. Bystander intervention in emergencies: Diffusion of responsibility. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1968, 8, 377–383. ISSN 0022-3514.

(12) Decety, J., Lamm, C. Human empathy through the lens of social neuroscience. *The Scientific World Journal*. Cairo: Hindawi Publishing Corporation, 2006, 6, 1146–1163. ISSN 2356-6140.

(13) Eisenberg, N., Fabes, R. A., Karbon, M., Murphy, B. C., Wosinski, M., Polazzi, L., et al. The relationship of children's dispositional prosocial behaviour to emotionality, regulation, and social functioning. *Child Development*. Oxford: Wiley-Blackwell, 1996, 67, 974–992. ISSN 0009-3920.

(14)Gaertner, S. L., Dovidio, J. F. The subtlety of white racism, arousal, and helping behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1977, 35, 691–707. ISSN 0022-3514.
(15)Gilbert, D. T., Silvera, D. H. Overhelping. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1996, 70, 678–690. ISSN 0022-3514.
(16)Gross, R. *Psychology: The Science of Mind and Behaviour*. Edice, 6. London: Hodder Education, 2010. 912. ISBN 978-1444108316.
(17)Hoffman, C., Mischel, W., Mazze, K. The role of purpose in the organisation of information about behavior: Trait-based versus goal-based categories in person cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1981, 40, 211–225. ISSN 0022-3514.
(18)Hogg, M. A., Vaughan, G. M. *Social psychology*. London: Pearson, 2011. 763. Edice, 6. ISBN 978-0273741145.
(19)Isen, A. M. (1970). Success, failure, attention, and reaction to others: The warm glow of success. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1970, 15, 294–301. ISSN 0022-3514.
(20)Latané, B., Darley, J. M. *The unresponsive bystander: Why doesn't he help?* New York: Appleton-Century-Crofts, 1970. 131. ISBN 978-0139386138.
(21)Latané, B., Darley, J. M. Help in a crisis: Bystander response to an emergency. In J. W. Thibaut J. T. Spence (eds.) *Contemporary topics in social psychology*. Morristown: General Learning Press, 1976, 309–332. ISBN 978-0382250781.
(22)Latané, B., Rodin, J. (1969). A lady in distress: Inhibiting effects of friends and strangers on bystander intervention. Journal of Experimental Social Psychology. Amsterdam: Elsevier, 1969, 5, 189–202. ISSN 0022-1031.
(23)Maner, J. K., Luce, C. L., Neuberg, S. L., Cialdini, R. B., Brown, S., Sagarin, B. J. The effects of perspective taking on motivations for helping: Still no evidence for altruism. *Personality and Social Psychology Bulletin*. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2002, 28, 1601–1610. ISSN 0146-1672.
(24)Rushton, J. P. Socialization and the altruistic behavior of children. *Psychological Bulletin*. Washington: APA, 1976, 83, 898–913. ISSN 0033-2909.
(25)Shotland, R. L., Heinold, W. D. Bystander response to arterial bleeding: Helping skills, the decision-making process, and differentiating the helping response. *Journal of Personality and Social Psychology*. Washington: APA, 1985, 49, 347–356. ISSN 0022-3514.
(26)Staub, E. *The roots of evil: The psychological and cultural origins of genocide and other forms of group violence*. New York: Cambridge University Press, 1989. 354. ISBN 978-0521422147.
(27)Stevens, J. R., Cushman, F. A., Hauser, M. D. Evolving the psychological mechanisms for cooperation. *Annual Review of Ecology, Evolution and Systematics*. Annual Reviews: Palo Alto, 2005, 36, 499–518. ISSN 1545-2069.
(28)Výrost, J., Slaměník, I. *Sociální psychologie*. Praha: Grada, 2008. 416. Edice, 2. ISBN 978-80-247-1428-8.
(29)Wispé, L. G. Positive forms of social behavior: An overview. *Journal of Social Issues*. Oxford: Wiley-Blackwell, 1972, 28, 1–19. ISSN 0022-4537.

(30)Zahn-Waxler, C., Radke-Yarrow, M., Wagner, E., Chapman, M. (1992). Development of concern for others. *Developmental Psychology*. Washington: APA, 1992, 28, 126–136. ISSN 0012-1649.