

1 Postoje

Radka High

Často v našem sociálním okolí slycháme o postojích. Někdo má postoj k nějaké osobě, skupině osob, věci, politické straně apod. I proto je studium postojů jedním z největších témat sociální psychologie. Důležitost postojů však můžeme vnímat i v běžném životě. Když někteří lidé změni své chování na základě sociálního tlaku, tato změna nemusí stabilní. Aby ony změny přetrvaly v čase, člověk musí změnit i své postoje.

Předpokládáme, že díky postojům se chováme nějakým způsobem, který tedy můžeme predikovat. Pokud zkoumáme postoje, jejich vytváření a možnosti změny, otevíráme si dveře k pochopení mezilidských vztahů, účinku reklam, volebních kampaní a podobných událostí.

1.1 Definice postojů

Nejjednodušeji řečeno, postoje je "pozitivní, negativní, smíšená nebo lhostejná reakce na osobu, objekt nebo myšlenku." (Kassin, 2007, str. 484). Další definice říká, že postoj je "psychologická tendence vyjádřená hodnocením určité entity s určitou mírou souhlasu či nesouhlasu." (Hewstone, Stroebe, 2006).

Z těchto dvou definic si můžeme povšimnout, že se jedná o nějakou tendenci, reakci (činnost), je třeba zdůraznit, že postoje jsou naučené a víceméně stabilní. Postoje nás připravují na nějakou akci, díky nim se chováme určitým způsobem.

V sociální psychologii existují dva přístupy ke studiu postojů. Je tím funkcionální a strukturní přístup. Oba tyto typy rozebereme v následujících kapitolách.

1.1.1 Funkcionální přístup

Zástupci funkcionálního přístupu věří, že postoje umožňují napomáhat životní pohodě jednotlivce díky čtyřem funkcím (Pennington, 1999):

- adaptivní (adaptive): pomáhá dosáhnout vytyčeného cíle, v sociálním rámci nám pomáhá k identifikaci s těmi, kteří jsou pro nás důležití a které máme rádi. Taktéž hledání přátel a partnerů s podobnými postoji se uskutečňuje díky této funkci. Adaptivní funkce vychází z teorie učení, je ve své podstatě hedonistická, neboť zvyšuje uspokojení a snižuje

pravděpodobnost nepříjemného stavu, např. pokud máme rádi dezert (sladká chuť koláčku dodá radost, energii, příjemný pocit), ale bojíme se následného trestu (pocit viny z nedodržení zdravého stravování, obavy z kil navíc). Pravděpodobně se budeme snažit využít maxima příjemného a minimalizovat trest, což povede k tomu, že si dezert dáme pouze za "odměnu" (těžkou zkoušku, náročnou pracovní situaci) nebo např. jen jednou za měsíc.

- sebevyjádření (self-expressive): podporuje nutnost být si vědoma sebe sama a uvědomit si ty prvky osobnosti, kterých si vážíme (vidíme spojitost s identitou), ale také potřebu říci něco o sobě druhým

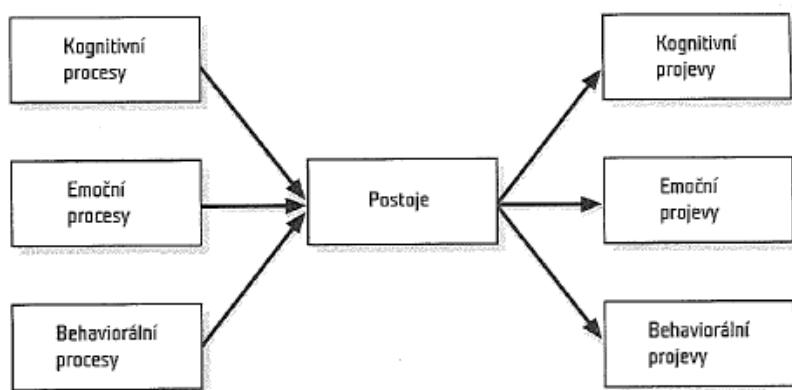
- ego-obrany (ego-defensive): díky ego-obraně jsme schopni udržet si pozitivní sebeobraz, což nás ochraňuje v situacích, kdy se za sebe stydíme, pokládáme naše chování za nedůstojné, nemístné nebo bolestivé. V negativním případě se může projevovat ve formě předsudků a projekcí.

- znalostní (knowledge-function): stará se o to, abychom vnímali svět jako přívětivé místo, předvídatelné místo, ve kterém se nemusíme strachovat o svoji existenci. Opět ale může pomoci k negativním vlivům, ke kterým patří předsudky a diskriminace.

1.1.2 Strukturní přístup

Tento přístup definování postojů je také znám jak jednosložková teorie postojů. Tato teorie je založena na existenci tří komponentů postojů: kognitivní, emoční a behaviorální (Rosenberg a Hovland, 1960 in Hewstone a Stroebe, 2006).

Kognitivní komponenta obsahuje nějaké přesvědčení o určitém objektu postoje, emoční komponenta se týká toho, co osoba cítí k předmětu postoje. Behaviorální komponenta je tvořena sklon k chování a jednání.



Obrázek. č. 1. Jednosložková teorie postojů (Hewstone, Stroebe, 2006).

1.2 Postoje, hodnoty a názory

Rozdíl mezi těmito koncepty je v emocionální dimenzi. Názory jsou neutrální, chybí v nich hodnotící dimenze. Jedná se o výroky, u nichž se domníváme, že jsou pravdivé. Oproti tomu postoje obsahují silnou hodnotící tendenci, která je velmi často znatelná i díky citově zabarvenému jazyku.

Hodnoty můžeme chápat jako "vlastnost, kterou jedinec přisuzuje určitému objektu, situaci, události nebo činnosti ve spojitosti s uspokojováním jeho potřeb a zájmů." (Hartl a Hartlová, 2000). Vyvíjí se v průběhu socializace a jako takové odrážejí kulturu společnosti. Hodnoty nám udávají, co je pro nás správné a morální a naopak nemorální a nežádoucí. Postoje tedy vycházejí z hodnot.

Někdy ale můžeme najít osoby zastávající postoje neslučitelné s jejich hodnotami a naopak, Takovým příkladem může být Eichmann, který měl na starosti "konečné řešení židovské otázky", ale jako individuum neměl zvláště protižidovské postoje, Arendtová (1963, in Hayesová, 1998) dokonce zmiňuje příklad, kdy samotný Eichmann zachraňoval Židy, které osobně znal.

1.3 Formování postojů

O formování a vývoji postojů existuje více teorií. Na začátku této kapitoly bylo psáno, že postoje jsou naučené tendence. Existují však výzkumníci přiklánějící se k názoru, že postoje jsou vrozené. Respektive vrozené jsou některé osobnostní rysy, které se stávají základem pro postoje.

Nejvíce sociálních psychologů se domnívá, že postoje jsou naučené a to buď přímo, nebo nepřímo.

1.3.1 Teorie učení

Tyto teorie se opírají o klasické a operantní podmiňování. Při klasickém podmiňování je neutrální podnět s podnětem vyvolávajícím určitou reakci. Jako ilustraci můžeme použít experiment Berkowitza a Knureka (1969, in Pennington, 1999), kteří skupině probandů předkládali jména Ed a George s negativními nebo pozitivními adjektivy. Tito účastníci pak diskutovali s dvěma osobami - Edem a Georgem. Následně měli účastníci hodnotit tyto osoby a jejich chování. Jejich hodnocení odráželo předchozí podmiňování.

Operantní podmiňování se zakládá na posílení pozitivní reakce a neodměněním nebo negativní zpětnou vazbou (trestem) u reakce, které nechceme, aby byla naučena. Postoje

mohou být takto naučeny ve škole, kdy učitel může podpořit nějaký postoj studenta, když projevení názoru pochválí nebo se pouze vyjádří, např. slovy hmm.

1.3.2 Přímá zkušenost

Postoje můžeme získat také díky přímé expozici. Příkladem může být písnička, která se vám na první poslech příliš nelíbí. Pokud ji v radiu uslyšíte několikrát, postoj k ní se může změnit.

Postoje získáváme také jako důsledek traumatu nebo nepříjemné situace. Především tyto postoje jsou poměrně rezistentní vůči změně.

1.4 Změna postojů

Pokusy o změnu postojů můžeme pozorovat v každodenním životě. Reklamy, předvolební kampaně, proslovy autorit a názory přátel, to vše jsou aktivity, které jsou zacílené jedním směrem - ke změně postojů a tedy v praktickém životě ke změně názorů a chování.

1.4.1 Kognitivní disonance

Jedním z nejvýznamnějších zdrojů změny postojů je kognitivní disonance, o které bude tato kapitola.

Podle Heidera (1944, in Hartl a Hartlová, 2000) se všichni snaží dosáhnout tzv. duševní rovnováhy (v jiných zdrojích se dočítáme o kognitivní rovnováze), což chápe jako "snahu hledat nebo řešit své postoje, které jsou v rozporu s jinými vlastními postoji, a tím dosahovat duševní vyrovnanosti." (tamtéž, str. 116). Tímto chováním se snažíme redukovat tenzi, kterou pocítujeme v případě kognitivní disonance.

Kognitivní disonance je nepříjemný stav napětí, který se objevuje v případě, že jedinec zastává dva psychologicky si odporující stavy; je způsobena inkonzistencí: 1. názorů, hodnot a postojů, 2. Postojů, záměrů a chováním, 3. Různými postoji. Jedinec se snaží rozpor mezi těmito stavy vyřešit změnou jednoho z postojů nebo vytvořením dalšího postoje, který má za úkol interpretovat vyvstalou situaci jiným způsobem.

Festinger, Riecken a Schachter (in Hayesová, 1998) pozorovali členy náboženské sekty, kteří věřili, že jejich město bude zničeno a nikdo kromě členů sekty onu katastrofu nepřežije, proto prodali majetek a odebrali se na nedaleký kopec, kde čekali na mimozemskou civilizaci a svou záchranu díky létajícím talířům. Nic takového se samozřejmě neudálo. Zmínění vědci zkoumali, jak si sektáři tuto událost vysvětlují. Členové sekty podle nich museli trpět kognitivní disonancí - měli nějaké hodnoty a postoje, kterým přizpůsobili své chování -

prodali svůj majetek a očekávali nadpozemskou záchranu. Jejich přesvědčení však nebyla správná. Podle teorie kognitivní disonance by tedy měli změnit některý se svých postojů nebo přijmout postoj nový umožňující lepší interpretaci situace. Sektáři využili druhý způsob - tvrdili, že město bylo zachráněno díky jejich modlitbám.

V dalším experimentu Festinger s kolegou nabádali probandy, aby celou hodinu prováděli velmi nudnou a stereotypní činnost spočívající ve vkládání kolíčků do desky a otáčení o 45 stupňů. Všichni se o této činnosti vyjádřili, že byla nudná. Respondenti měli za úkol vysvětlit úkol nově příchozím a sdělit jim, že úkol byl zajímavý. Za toto vysvětlení byli odměněni - někteří jedním dolarem, jiní dvaceti dolary. Poté byli opět tázáni, co si myslí o experimentu.

Festinger zjistil, že ta skupina, která dostala zaplacen více, svůj názor na experiment nezměnila a nadále tvrdila, že byl velmi nudný. Druhá skupina, která jako odměnu získala pouze dolar, hodnotila experiment jako zábavný! Vysvětlení příčiny změny názoru spatřoval Festinger v kognitivní disonanci - dobře placená skupina si lež ospravedlnila dvaceti dolary, kdežto špatně zaplacená skupina musela změnit postoj, aby zmenšila disonanci mezi tím, co cítila (pocit nudné práce) a co řekla (jednalo se o zajímavý experiment).



Obrázek. č. 2. Festingerovo zadání úkolu.

(<https://www.youtube.com/watch?v=korGK0yGIDo>)

Pro vznik kognitivní disonance musí být splněny tři hlavní podmínky:

1. Jedinec si musí uvědomovat inkonzistenci.
2. Musí si být vědom důsledků svého chování - v pojmech sociální psychologie tedy mluvíme o vnitřní atribuci jedince.
3. Je přítomno fyziologické nabuzení.

1.4.2 Přesvědčování

Co určuje, který projev bude nejúspěšnější? Jak musí vypadat debata konzultace nebo jiná výměna názorů, která vás přesvědčí? V této kapitole si ukážeme dva modely přesvědčování (persuade).

1.4.2.1 Model pravděpodobnosti rozpracování

Tento model byl vytvořen Pettym a Cacioppem (in Kassin, 2007; Hewstone, Stroebe, 2006) a díky němu můžeme objasnit, proč je rozhodnutí osob někdy tak racionální a jindy nikoliv. V modelu rozlišujeme:

- centrální cestu zpracování - je typická zvážení a prozkoumáním předložených argumentů a jiných dostupných informací
- periferní cestu zpracování, během níž neprobíhá analýza sdělení, ale jsme ovlivněni povrchními vodítky, např. vzhledem mluvčího, vtipy, emocemi apod.

Periferní cesta je cestou implicitní, neboť nemáme čas a zdroje, abychom každé sdělení rozpracovávali. Výzkumníci předpokládají, že postoje vytvořené centrální cestou jsou odolnější vůči změně.

Abychom pochopili, jakou cestou persuaze bude probíhat, můžeme na ní nahlížet jako na výslednici tří faktorů: zdroje, publika a sdělení.



Obrázek. č. 3. Díky zdroji sdělení a publika si volíme buď centrální nebo periferní cestu přesvědčování (Kassin, 2007).

1.4.2.2 Heuristicko-systematický model

Stejně jako v předchozím modelu i zde platí, že úsilí potřebné ke zpracování informací je závislé na motivaci a kognitivních schopnostech.

Příchozí sdělení můžeme opět zpracovávat dvěma způsoby:

- a. Při systematickém zpracování informací probíhá důkladná analýza informací, na kterou je potřeba motivace a kognitivní schopnosti.
- b. Heuristické vodítko předpokládá uplatnění heuristického vodítka (heuristiku chápeme jako jednoduché pravidlo dedukce, např. Lékař je odborník, má tedy pravdu).

1.5 Měření postojů

Měření postojů je možné díky přímým a nepřímým technikám.

1.5.1 Nepřímé techniky

1. fyziologické techniky - zkoumá se aktivita autonomního nervového systému (bušení srdce, dilatace zornice)
2. nevtíravé techniky - jsou založené na předpokladu, že chování je konzistentní s postojem (postoj k druhému zkoumán intenzitou očního kontaktu)
3. projektivní techniky - např. doplňování obrazů, vymýšlení příběhů k obrázkům

1.5.2 Přímé techniky

1. hodnotící škály - např. Likertova škála
2. sémantický diferenciál

