

The background of the slide is a dense, high-angle view of a large crowd of white, 3D human-like figures. Each figure is a simple, stylized model with a circular head and a rectangular body. In the center of the crowd, one figure is colored red, standing out from the rest. The figures are arranged in a way that creates a sense of depth and perspective, with some figures in the foreground and others receding into the background.

KONFORMITA

Mgr. Eva Richterová, Ph.D.

Při sociální interakci dochází k ovlivňování našeho myšlení, prožívání a chování. V rámci sociální skupiny vznikají požadavky na dodržování jejích norem. Existence sociální skupiny vyžaduje určitou míru konformity vůči těmto normám.

KONFORMITA

Změna chování, postoje, názoru následkem skutečného nebo domnělého tlaku jiného jedince, skupiny či situace
/např. vstup do knihovny – člověk ztlumí hlas/.



Projevuje se verbálně může/nemusí se projevit v chování (např. vyjadřuji nesouhlas s politickou situací, ale neúčastním se demonstrace).

Nemusí být vždy vnímána negativně (např. v nejednoznačných situacích může pomáhat).

Někdy však může být provázána vnitřním konfliktem (identita vs. konformita).





The Art of Author of the New York Times bestseller Non- Conformity

Set Your Own Rules,
Live the Life You Want,
and Change the World

NONKONFORMITA

Projevuje se autonomií, vlastní úsudek a chování není závislé na skupinové normě, člověk jedná v souladu se svým přesvědčením.

Může mít i vyhranenější podobu - člověk otevřeně vystupuje proti skupině, odsuzuje skupinu i projevy jejích norem (opozice, nepřátelství, negativismus).

Nonkonformita bývá **sankcionována** (formálně i neformálně).

Sociální vliv

```
graph TD; A[Sociální vliv] --> B[Akceptace]; A --> C[Vyhovění]; A --> D[Poslušnost];
```

Akceptace

Člověk přijímá normy skupiny za své

Vyhovění

Změna chování v důsledku přímého požadavku jiné osoby

Poslušnost

Změna chování v důsledku přímého nařízení



„změna chování jedince po jeho vystavení cizímu názoru“ (Hewstone et al., 1996)

Nemusí to nutně znamenat i vnitřní přijetí, může se projevit pouze změnou pozorovatelného chování („povrchní konformita“). Konflikt mezi tím, co člověk chce a nechce, není tak silný.

Setkáváme se s ním na denní bázi.

Není vynucována silou, má spíše podobu naděje druhého, že mu bude vyhověno (žádost, přání...).

VYHOVĚNÍ

TECHNIKA „FOOT-IN-THE-DOOR“

Po vyhovění menšímu požadavku přichází větší.

Tato technika je nejúčinnější, pokud osoba danému požadavku opravdu vyhoví na úrovni chování, tzn. nezůstává jen u informace či souhlasu.



Role

- Sebepojetí (začnu se vnímat jako pomáhající osoba)
- Pocitů viny, pokud nevyhovím
- Nutnosti hledat argumenty pro odmítnutí
- Sociální akceptovatelností požadavku
- Nákladů

VYHOVĚNÍ



TECHNIKA „DOOR-IN-THE-FACE“

Nejdříve přemrštěný, nesplnitelný požadavek

Následuje „rozumnější“, splnitelnější požadavek (o který nám vlastně jde).

Zřejmě zde funguje princip reciprocity (druhý je ochoten udělat ústupek, tím, že sníží svůj požadavek - teď je řada na mně, jinak se budu cítit provinile).

Funguje pouze pokud požadavek vznáší ta stejná osoba.

VYHOVĚNÍ



TECHNIKA „LOW-BALL“

Po souhlasu s určitým požadavkem následuje jeho vystupňování (např. přijmu nabídku zboží za dobrou cenu, poté obchodník cenu navýší...). Cítíme *závazek* (už jsme přece souhlasili), museli bychom hledat zdůvodnění jeho odmítnutí.

VYHOVĚNÍ

TECHNIKA „THAT’S-NOT-ALL“

Necháme se zlákat vidinou výhodné koupě (nekritické vnímání).



STUDIE KONFORMITY

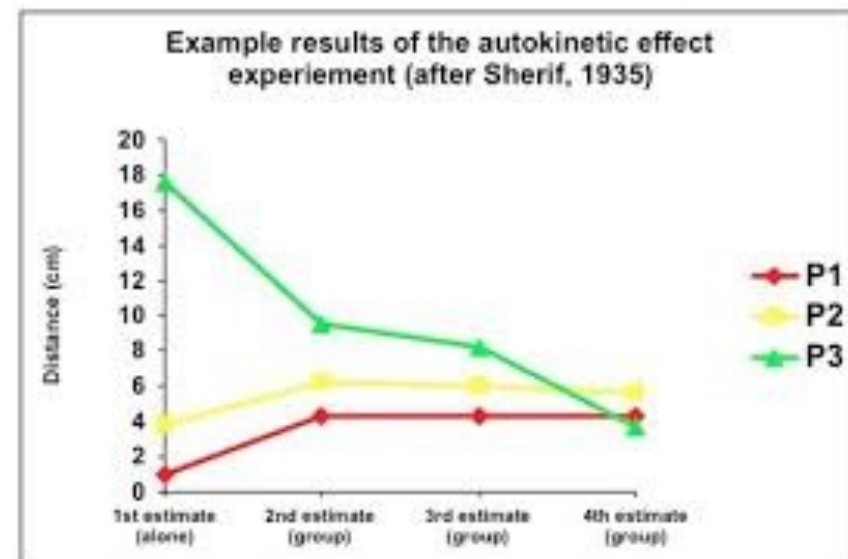
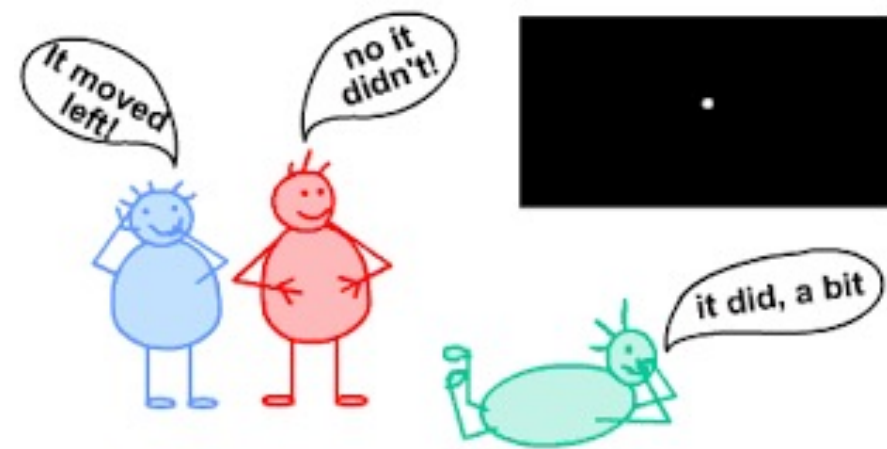
AUTOKINETICKÝ EFEKT (M. Sherif, 1936)

Situace, ve které pokusné osoby (PO) *neměly opěrný bod* – nejistota – potřeba orientovat se podle mínění druhých lidí.

PO si nejprve utvořily svůj úsudek. Následující den byly utvořeny skupinky PO a po 4 dnech došlo ke sjednocení jejich původního odhadu.

PO nebyly vystaveny sociálnímu nátlaku, k vytvoření sociální normy došlo dohodou.

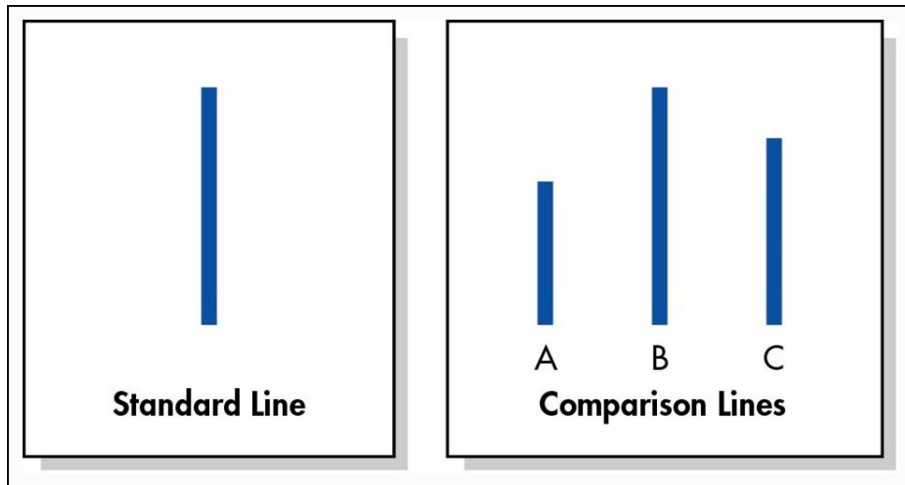
Tento proces ani neprovázely vážnější vnitřní konflikty.



STUDIE KONFORMITY

ASCHOVO PARADIGMA (1951)

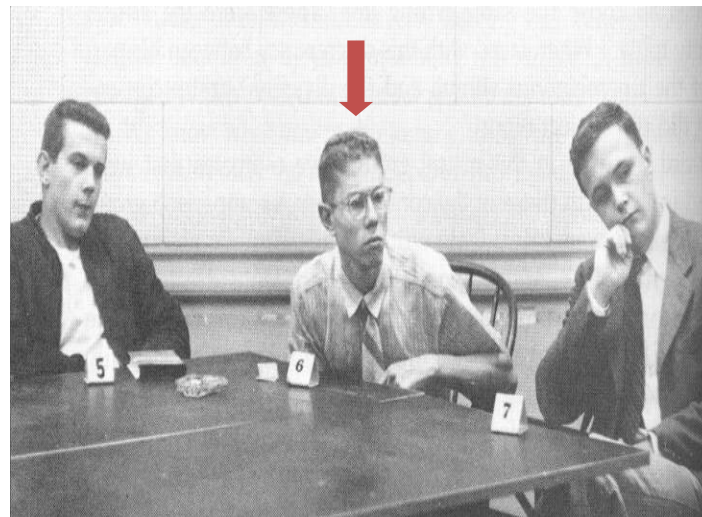
„Která úsečka na pravém obrázku je stejně dlouhá jako úsečka na levém obrázku?“



Asch ukázal, že i když existuje evidentně správná odpověď, respondenti, kteří jsou součástí skupiny, často odpovídají vědomě nesprávně, aby jejich odpověď souhlasila s míněním většiny.

Narozdíl od Sherifova experimentu Asch pracoval s jednoznačnou situací.

P.O. se ocitla ve skupině asistentů experimentátora ("přihrávačů"), kteří úmyslně dávali nesprávné odpovědi. Členové skupiny odpovídali jeden po druhém, přičemž P.O. odpovídal předposlední. Posuzování délek čar se opakovalo 12x.



- Celkově 80 % P.O. bylo konformních nejméně jedenkrát.
- 8 % P.O. bylo konformních ve všech případech.
- Většina P.O. souhlasila průměrně 4 – 5 x (z 12 pokusů).
- Když byl proveden kontrolní test o samotě, P.O. chybovaly jen zřídka.

<http://www.youtube.com/watch?v=VgDx5g9ql1g>



Odůvodnění konformních jedinců:

- Skupina měla pravdu
 - Nechtěli pokazit výsledky experimentu
 - Nechtěli vnášet do skupiny disharmonii a konflikty
- Většinou prožívali silný vnitřní konflikt

Odůvodnění nonkonformních jedinců:

- Byli si jisti správností svých úsudků

DŮLEŽITÉ FAKTORY KONFORMITY

„Kompetentnost“ osoby – míra znalostí o dané oblasti

Důvěryhodnost členů skupiny (laikové vs. odborníci)

Atraktivita skupiny

Soudržnost skupiny („*když se takhle chovají všichni, musí to být správně*“).

Pokud se vyskytne i jediný opozičník, míra konformity se snižuje, nejvíc pokud svůj názor vysloví jako první

Velikost skupiny – při 3 až 5 lidech míra k. vzrůstá, pak už ne

Kultura (individualistická x kolektivistická)

Sebepojetí jedince



DŮVODY KONFORMITY

- Zajištění/ udržení přízně skupiny (potřeba být oblíben)
- Zvýšení pravděpodobnosti, že v nejistých situacích zvolíme správné řešení (**potřeba mít pravdu**)

Veřejná vs. Soukromá konformita

