



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Autorem materiálu a všech jeho částí, není-li uvedeno jinak, je Dana Fialová.

Dostupné ze Školského portálu Karlovarského kraje www.kvkskoly.cz, materiál vznikl v rámci projektu Gymnázia Cheb s názvem Rozvoj školského portálu Karlovarského kraje

Sociální percepce (vnímání)

Ing. Bc. Dana Fialová

Sociální percepce

= sociální vnímání

• Je první základní mezilidskou interakcí dvou jedinců

• První reakce na jiného člověka znamená vytvoření dojmu o něm * tento dojem pak řídí naši reakci na tuto osobu * dochází k ovlivnění průběhu interpersonální interakce

• Jedná se o vytvoření soudů, které se týkají lidí jako sociálních bytostí

Vnímání druhých osob

補 Má 3 základní komponenty:

1. Atributivní složku

= základem dojmu o jiné osobě je to, že jí přiřadíme určité vlastnosti - vnitřní nebo vnější

2. Očekávací složku

✓  očekávání ze strany poznávajícího subjektu

✓  tato očekávání si člověk neuvědomuje a zaregistruje je až ve chvíli, kdy se nevyplní

✓  Toto ovlivňují hlavně vstupní informace -

trpí, takže si na druhé osobě všimneme

Vnímání druhých osob

3. Afektivní složka

- ✓ Emocionální reakce ovlivňující naše soudy o druhém člověku
- ✓ Ovlivňuje náš dojem vytvořený na základě určitých informací
- ✓ Je jedním z faktorů, jejichž pomocí provádíme selekci informací, kterých si všímáme

Vnímání druhých osob

Informace, které nám druhý člověk poskytuje:

1. Jeho chování
2. Verbální projev
3. Neverbální klíče
4. Kontextuální aspekt

Výběrová organizace vnímání

= tendence člověka vybírat si ze svého sociálního i fyzikálního prostředí fakta či jejich stránky a vlastnosti, která jsou v souladu s našimi představami, city či zaměřením

Percepční stereotypy

1. *HALÓ - EFEKT*

- ❖  Efekt prvního dojmu, podle kterého hodnotíme další projevy
- ❖  Negativní dojem vede k dalšímu negativnímu hodnocení a naopak

2. *PROJEKCE*

- ❖  Druhým lidem připisujeme naše vlastní motivy, klady nedostatky, vzorce chování
- ❖  Projevy chování druhých vysvětlujeme dle našich vlastních motivů ke stejným projevům

Percepční stereotypy

3. EFEKT NOVOSTI

- ❖ Nejnovější informace mívají výraznější vliv na utváření dojmu o jiné osobě
- ❖ Často používáno studenty nebo pracovníky před blížícím se hodnocením ✱ konec školního roku nebo čtvrtletní hodnocení

4. LOGICKÁ CHYBA

- ❖ *Jiného člověka posuzujeme dle vlastní „logiky“ - výsledné hodnocení ale nemusí odpovídat realitě*

Percepční stereotypy

5. EFEKT SHOVÍVAVOSTI

- ❖ Lidi, ke kterým máme pozitivní vztah , hodnotíme pozitivněji
- ❖ Dochází k podceňování nedostatků a přeceňování úspěchů oblíbené osoby
- ❖ Velmi častá chyba u rodičů při vnímání vlastního dítěte

6. PŘEDSUDKY

- ❖ Na základě příslušnosti k určité sociální skupině přisuzujeme určité vlastnosti

Percepční stereotypy

7. *CHYBA KONTRASTU*

- ❖ Jako první vnímáme vlastnosti, které nám jsou cizí
- ❖ Nemám-li nějakou vlastnost, všimnu si jí jako první u jiné osoby