

The background is a light blue gradient with several realistic water droplets of various sizes scattered across it. A faint, large, light blue circular graphic is centered behind the text.

SOCIÁLNA INTERAKCIA

-

**SOCIÁLNE VNÍMANIE, POZNÁVANIE A
SEBAPOZNÁVANIE.**

SOCIÁLNA INTERAKCIA

- Človek sa v priebehu svojho života stretáva s inými ľuďmi, je s nimi v neustálom sociálnom kontakte, t.j. v **sociálnej interakcii**.
- Definovať stručne sociálnu interakciu nie je jednoduché, pretože tento pojem označuje zložitý komplex rôznych javov.

SOCIÁLNA INTERAKCIA

Sociálna interakcia →

Je akousi výmenou, ktorá prebehne medzi dvoma alebo viacerými osobami – výmenou, ktorá sa týka videnia seba a iných, komunikácie medzi osobami a činnosti, ktorá tu prebehne. *Správanie jednej osoby je podnetom pre správanie druhej osoby.*

Z hľadiska počtu zúčastnených osôb hovoríme o týchto druhoch interakcií:

- **Dynamická interakcia** (jednotlivec – jednotlivec).
- **Interakcia medzi jednotlivcom a malou skupinou.**
- **Interakcia medzi dvomi malými sociálnymi skupinami.**

Z hľadiska obsahu hovoríme o rôznych druhoch interakcie:

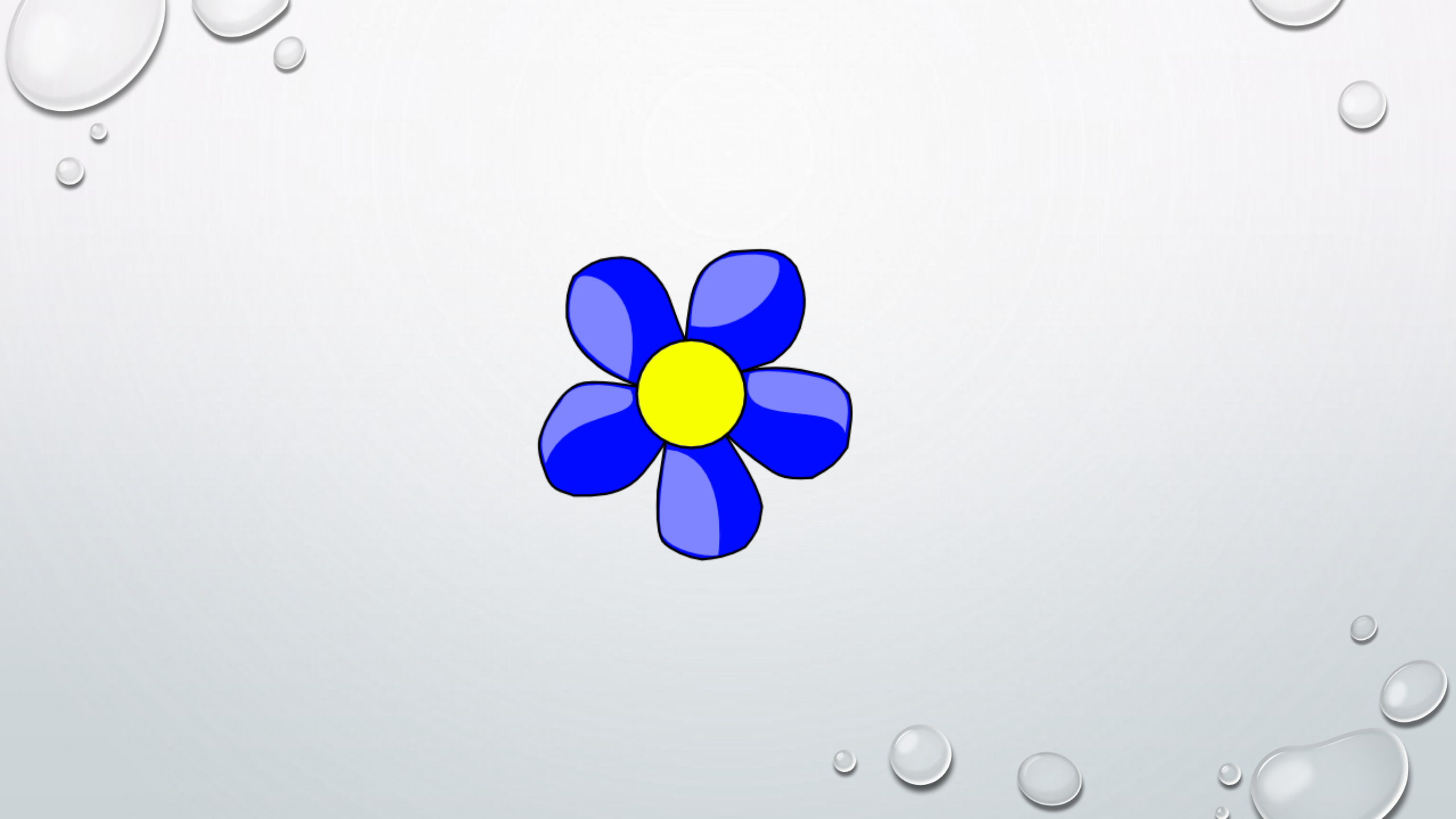
→ interakcia **pedagogická**, **manželská**, **erotická**, **rodinná**, **pracovná** a **pod.**

Samotný proces interakcie pozostáva z troch zložiek, ktorými sú:

- **Sociálna percepcia,**
- **Sociálna komunikácia,**
- **Sociálne správanie.**

Sociálne vnímanie, **percepcia** je prvým krokom procesu sociálnej interakcie, pretože to, aký obraz si o človeku vytvoríme silne ovplyvňuje našu **komunikáciu** a tiež naše **správanie** sa voči nemu.

→ Tieto tri kroky sociálnej interakcie sú úzko späté a v realite sa často prelínajú.



SOCIÁLNA PERCEPCIA – VNÍMANIE A POZNÁVANIE INÝCH ĽUDÍ

- Percepcia** - Pozorovanie, skúmanie a zisťovanie prítomnosti, polohy tvaru predmetu zmyslovými orgánmi
- Vnímanie, ponímanie skutočnosti

Sociálna percepcia je procesom, v ktorom si každý z jeho účastníkov vytvára obraz toho druhého.

Sociálnu percepciu charakterizuje:

- Je procesom, ktorý **prebieha bleskovou rýchlosťou**. Obraz o druhom človeku si utvárame okamžite, spontánne,
- Obraz o druhom človeku vytváraný v sociálnej percepcii je **veľmi trvácny**. Je veľmi ťažké zmeniť obraz, ktorý si o nás iní vytvorili v prvom kontakte,
- Obraz o druhom **výrazne ovplyvňuje naše správanie sa k dotyčnému**.

Pri vytváraní si obrazu druhého človeka využívame intuíciu, empatiu, hodnotenie správania, ale najčastejšie sa orientujeme podľa jeho vonkajších znakov:

- oblečenie a celkovú úpravu
- mimiku tváre
- gestikuláciu
- tzv. veľké neverbálne prejavy
- vonkajšie prejavy správania

Problém vytvárania si obrazu o druhom, spočíva v tom, že fakticky neexistuje priamy, jednoznačný vzťah medzi niektorým z vyššie uvedených znakov a určitou psychickou charakteristikou človeka.

PRESNOŠŤ (OBJEKTIVITA) SOCIÁLNEJ PERCEPCIE

Presnosť (objektivita) sociálnej percepcie závisí od faktorov, ktoré sa týkajú oboch účastníkov v procese sociálnej interakcie – *toho, kto posudzuje* (subjekt vnímania) a toho, *ktorý je posudzovaný* (objekt vnímania).

A/ Faktory presnosti na strane posudzovateľa (toho, kto posudzuje → subjektu vnímania)

Presnosť sociálnej percepcie do značnej miery závisí od schopností, vlastností, skúseností.

Z tohto hľadiska je presnosť sociálnej percepcie ovplyvnená:

- **aktuálnym fyzickým a psychickým stavom** posudzovateľa
- **mierou schopnosti intuície a empatie**
- **interpersonálnou príťažlivosťou**
 - telesnú príťažlivosť
 - vzájomnú náklonnosť
 - podobnosť a komplementaritu
 - vnímanú omylnosť

Pri percepcii iných dopúšťame množstva **chýb**, ktoré môžu spôsobiť vytvorenie nepravdivého, skresleného obrazu druhého človeka:

- **Haló efekt.**

- **Súkromné teórie osobnosti.**

V súčasnosti je neoprávnene populárne **vyvodzovanie vlastností človeka z jeho fyziognomických znakov** (vonkajšie viditeľné črty tváre a tela človeka) a reči tela.

- **Stereotypy.**

- **Projekcia.**

- **Prenos.**

- **Efekt želania, priania.**

- **Chyby hodnotenia.**

- Chybu prísnosti
- Chyby miernosti
- Chybu centrálnej tendencie

Uvedte príklady

B/ Faktory presnosti na strane posudzovaného (toho, ktorý je posudzovaný → subjektu vnímania)

K faktorom presnosti sociálnej percepcie na strane posudzovaného zaradujeme:

- **Autentickosť kontra účelovosť prejavov** (správania).
- Presnosť sociálnej percepcie závisí tiež od **množstva informácií**, ktoré je posudzovaný ochotný o sebe poskytnúť svojmu okoliu.

Okienko Johari

Johari okienko

Informácie, ktoré o sebe
Ja VIEM

Informácie, ktoré o sebe
Ja NEVIEM

Informácie, ktoré o mne
iní VEDIA

VEREJNÁ
zóna

SLEPÁ
zóna

Informácie, ktoré o mne
iní NEVEDIA

SKRYTÁ
zóna

NEZNÁMA
zóna

C/ Schémy vo vnímaní seba a iných ľudí

Sociálne schémy sú považované za funkčný element **poznávacieho** systému jednotlivca.

Predstavuje **vopred utvorený** (v priebehu života na základe výchovy i vlastných poznatkov a skúseností) **hodnotiaci obraz**, ktorý jednotlivec **vzťahuje na seba, iných ľudí, situácie**, na základe ktorého vníma a posudzuje tieto prvky.

Rozlišujeme schémy:

1. **Schémy vo vnímaní seba:**
2. **Schémy vo vnímaní iných:**
3. **Schémy vo vnímaní situácií a udalostí:**

1. Schémy vo vnímaní seba:

Sami seba vnímame ako nositeľov určitých vlastností, spôsobov správania, ktoré považujeme za pre seba typické.

Uvedte príklady

2. Schémy vo vnímaní iných:

Prejavujú sa tendenciou vnímať a posudzovať iných ľudí *na základe ich príslušnosti ku skupine* a prisudzovať im charakteristiky, ktoré vnímame ako pre danú skupinu typické.

Ide o druh predsudkov (stereotypov) vo vnímaní iných.

Uvedte príklady

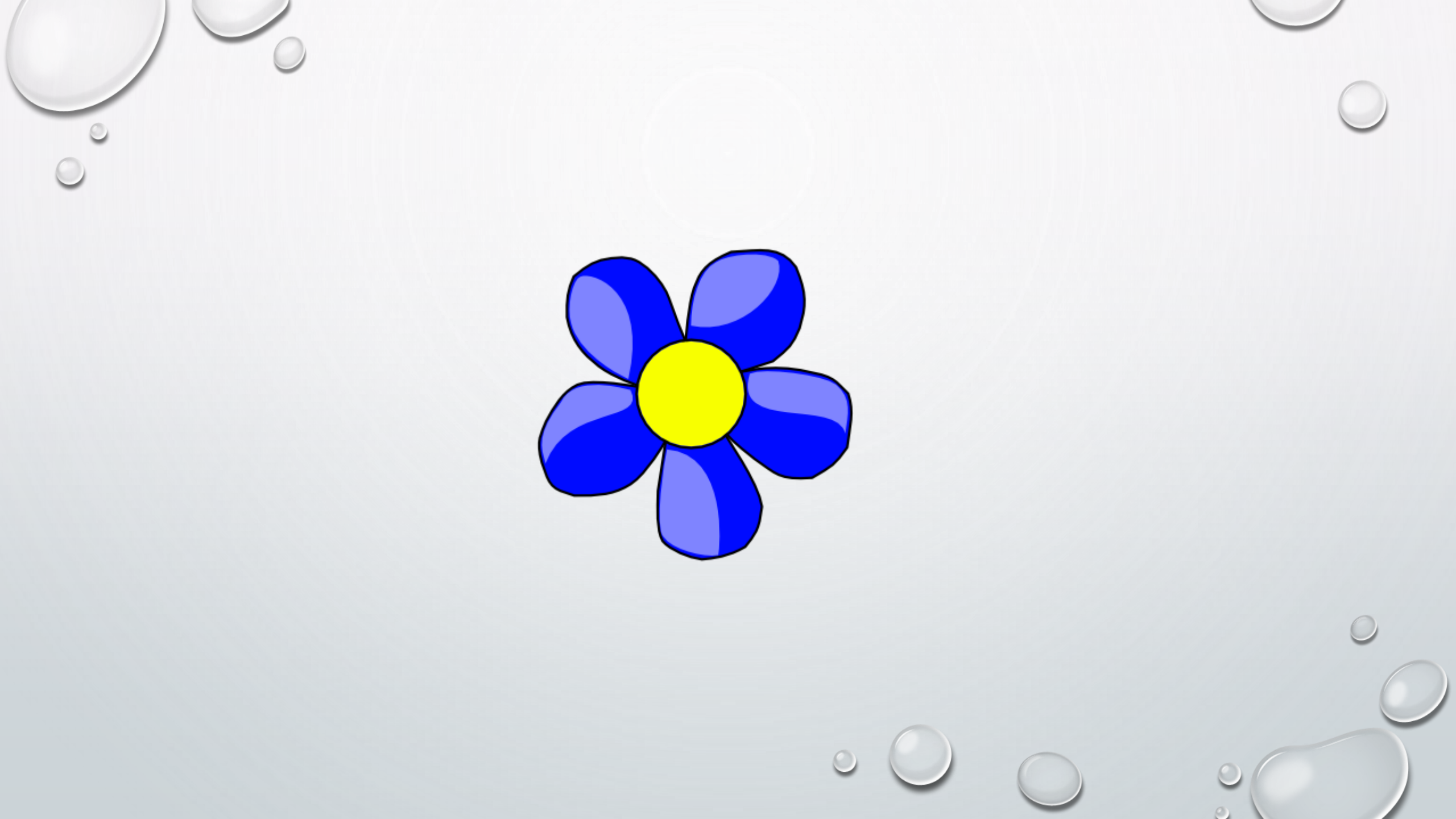
3. Schémy vo vnímaní situácií a udalostí:

Znamenajú naše presvedčenie o tom, čo je v určitej situácii vhodné, dovolené, žiadúce, typické a čo nie je.

Uvedte príklady

SCHÉMY

- silne ovplyvňujú naše videnie ľudí, situácie a udalostí, ovplyvňujú výberovosť nášho vnímania,
- silne ovplyvňujú čo si zapamätáme,
- majú tendenciu dlho pretrvávajúť, hoci naše videnie a posudzovanie seba, iných ľudí, udalostí a situácii na ich základe nemusí byť správne a presné.



SEBAVNÍMANIE (SEBAPERCEPCIA)

Vnímanie seba je dôležitou súčasťou sebapoznávania, chápania seba, ponímania seba.

K poznávaniu seba samého môžeme dôjsť rozličnými cestami:

1. *sebapozorovaním,*
2. *starostlivým vyhodnocovaním výsledkov a dôsledkov vlastného správania a konania,*
3. *pozorovaním,*
4. *zhodnocovaním reakcií iných ľudí na naše konanie.*

Pri vytváraní obrazu seba má dôležitú úlohu:

- **Sociálne porovnávanie**, t.j. porovnávanie seba vo vzťahu k významným osobám.
- **Sebareflexia**, starostlivý pohľad na seba samého, svoje konanie, zhodnocovanie vlastných skúseností s určitým odstupom.
- **Spätná väzba**, t.j. Informácie o sebe, ktoré dostávame od druhých ľudí.

Efektívne poskytovanie spätnej väzby musí rešpektovať pravidlá, ktoré hovoria, že spätná väzba musí byť:

- **konkrétna**,
- **opisná, nie hodnotiaca**,
- **vyjadrená formou „ja“**,
- **priamo verifikovateľná**,
- **funkčne otvorená**.

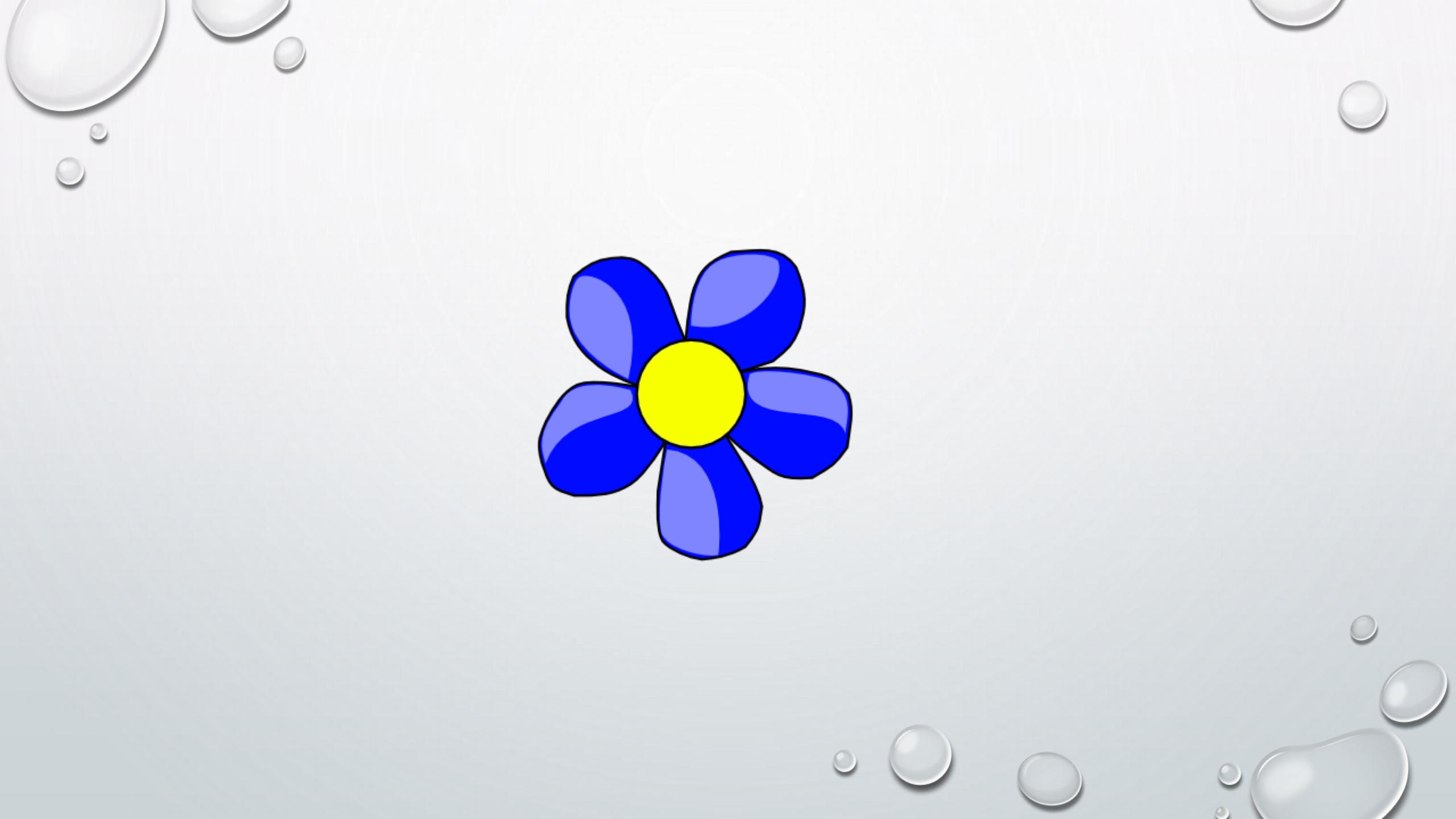
Uved'te príklady

Dávanie spätnej väzby *je dôležitý nástroj tak poznávania ako aj motivovania.*

Umeniu jej poskytovania sa však *musíme naučiť.*

Otvorenosť vo spätnej väzbe znamená rešpektovať tieto pravidlá:

- *nestavať sa do defenzívy* (nezaujať vopred obranný postoj),
- *pozorne načúvať a nie okamžite argumentovať*, vysvetľovať, hájiť sa,
- *snažiť sa získať čo najviac informácií*, pýtať sa, využiť tieto informácie pre pozitívnu zmenu seba a svojej činnosti,
- *vnímať spätnú väzbu ako mimoriadnu príležitosť k vlastnému sebarozvoju.*



ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

BRANSCOMBE, Nyla R. a Robert A. BARON. Social Psychology. 14th ed. Pearson, 2022.

DELAMATER, John D., Jessica L. COLLETT a Steven HITLIN. Social Psychology. 10th ed. New York: Routledge, 2024. xviii, 658 s. ISBN 978-1-032-26479-0.

HAYESOVÁ, Nicky. *Základy sociální psychologie*. 8. vyd. Praha: Portál, 2021. ISBN 978-80-262-1850-0.

HEWSTONE, Miles a Wolfgang STROEBE. *Sociální psychologie : moderní učebnice sociální psychologie*. Translated by Dagmar Brejlová - Pavla Le Roch. Vydání první. Praha: Portál, 2006, 769 s. ISBN 80-7367-092-5.

KASSIN, Saul, Steven FEIN a Hazel Rose MARKUS. Social Psychology. 12th ed. SAGE Publications, 2024. 736 s. ISBN 978-1-0718-5201-9.

KOLLÁRIK, Teodor. Sociálna psychológia. 1. vyd. Bratislava: Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1993. 194 s. ISBN 80-08-01828-3.

VÝROST, Jozef a Ivan SLAMĚNÍK, eds. 2. vyd. Sociální psychologie. Praha: Grada, 2024. 416 s. ISBN 978-80-247-1428-8.