

# LIČNOST U SOCIJALNOM OKRUŽENJU



# Sadržaj predavanja

## ☐ Čovek kao socijalno biće

- Socijalni identitet i socijalno ja
- Socijalno opažanje
- Atribucija – objašnjavanje ponašanja
- Stavovi
  - *Menjanje stavova ubeđivanjem*
  - *Menjanje stavova usled disonance*
  - *Predrasude i stereotipije*



## ☐ Međusobna privlačnost i ljubav

## ☐ Socijalni uticaj

## ☐ Grupno funkcionisanje



# ČOVEK KAO SOCIJALNO BIĆE

- Čovek živi u socijalnoj sredini
- Neprirodno je izučavati čoveka kao zaseban entitet van socijalnog konteksta (postoje naučni i praktični razlozi proučavanja dela psihe ili ponašanja čoveka koji su karakteristični za pojedine psihološke discipline)
- Socijalna psihologija – naglasak na uticaje koje socijalna sredina ima na čoveka i interakciju među ljudima
- **OBLASTI PROUČAVANJA socijalne psihologije:**
  - **SOCIJALNA KOGNICIJA**
  - **SOCIJALNA INTERAKCIJA i SOCIJALNE GRUPE**
  - **SOCIJALNO UČENJE (SOCIJALIZACIJA)**





# SOCIJALNI IDENTITET I SOCIJALNO JA

- Identitet – gradi se na osnovu pripadanja određenim socijalnim grupama (nacija, geografsko-jezičko područje, profesija, veroispovest...)
- **SOCIJALNI IDENTITET** (pripadnost određenim grupama) – potreba čoveka da bude deo veće ljudske zajednice
- Posledice koje proističu iz grupne pripadnosti:
  - Osećanje ponosa među članovima zbog pripadnosti određenoj grupi ukoliko je grupa dobro pozicionirana u odnosu na druge (*pobeda nacionalnog tima u sportu*)
  - Osećanje mržnje prema drugim grupama (*grupni sukobi-ratovi*)
    - Spremnost ljudi da se žrtvuju za svoju grupu i članove svoje grupe (učestće u ratu, pomaganje ugroženima...)
    - Razvoj predrasuda i neprijateljskog ponašanja prema neprijateljskoj grupi (dolazi do sukoba)



- **Samopoimanje** – izgrađuje se na osnovu procene sopstvenog funkcionisanja
- **Procena sopstvenog funkcionisanja** – vrši se ne osnovu **SOCIJALNOG POREĐENJA** sa drugim ljudima i načinom na koji oni funkcionišu
- **Leon Festinger** – **REFERENTNE GRUPE** (poređenje sopstvenog funkcionisanja sa osobama koje su nam slične – pripadaju grupama za koje i mi osećamo da im pripadamo)



- **SOCIJALNO POREĐENJE → UTICAJ NA VREDNOVANJE SOCIJALNOG JA**  
(Samopoštovanje – jedna od najvažnijih dimenzija samopoimanja)
- **Negativan uticaj → korišćenje RAZLIČITIH STRATEGIJA u cilju odbrane od loših osećanja**  
*(od ugroženog vrednovanja sopstvenog Ja)*



- Silazno socijalo poređenje – poređenje sa osobama koje su lošije uz zanemarivanje onih boljih
- **STANJE RELATIVNE DEPRIVACIJE** (osećamo se loše jer smatramo da nismo adekvatno nagrađeni) → izaziva negativna osećanja – anksioznost i depresivnost
- **Socijalni nemiri** – prisutnost doživljaja i osećanja relativne deprivacije kod većeg broja članova većih grupa





# SOCIJALNO OPAŽANJE

- **SOCIJALNO OPAŽANJE** ili **SOCIJALNA KOGNICIJA** – proces prikupljanja informacija i izvlačenja zaključaka o drugim ljudima
- Informacije dobije socijalnim opažanjem – brzo i efikasno snalaženje u socijalnom svetu
- Principi organizacije opažaja socijalnih draži (informacije o ljudima i socijalnim interakcijama)
- **PREDSTAVE** ili **ŠEME** – nosioci organizovanog znanja o određenom domenu iskustva koje utiču na opažanje, pamćenje i zaključivanje i zahvaljujući kojima se odvija socijalno opažanje
- Proces od vrha ka dole – formiranje slike o objektu na osnovu aktiviranih predstava čak i kada je mali broj draži na raspolaganju
- Informacije o polu, profesiji, nacionalnosti – lako pokreću već postojeće šeme koje imamo o ljudima koji pripadaju datim socijalnim grupama



- **Predstave utiču na formiranje PRVIH UTISAKA o ljudima:**

- **Formiraju se veoma brzo – desetina sekunde**

- **Sporo se menjaju**

- **Negativni prvi utisci – veoma teško se menjaju (ljudi imaju tendenciju da izbegavaju susrete sa takvim ljudima)**

- **Pozitivni prvi utisci – teško se menjaju (tendencija ljudi da loše ponašanje osoba tumače kao prolazno stanje u cilju održavanja stabilne predstave o drugima)**

- **Imaju veliki i dugotrajni uticaj na razvoj socijalnih odnosa**

- **Negativne informacije – lakše skreću pažnju i snažnije utiču na formiranje prvog utiska**

- ❖ **Ljudi ne očekuju da se drugi ponašaju negativno prema njima**

- ❖ **Ljudi generalno misle da drugi imaju slične vrednosti i stavove kao i oni**





- Tendencija ljudi da socijalno okruženje posmatraju kao jednostavno i lako za razumevanje!!!
- Prvi utisci → **SAMOISPUNJAVAJUĆA PROROČANSTVA** (očekivanja koja izazivaju ponašanja koja smo predvideli) – održavaju mišljenje o socijalnim grupama
- Dejstvo prvog utiska opada sa protokom vremena
  - Ukoliko duže vreme nije bilo kontakta između osoba – formiranje novog “prvog utiska”
  - Ukoliko su nakon prvog česti kontakti između osoba → izloženost socijalnom opažanju omogućava upoznavanje stvarnog karaktera osobe dok efekt prvog utiska blede



# ATRIBUCIJA – OBJAŠNJAVANJE PONAŠANJA

- **ATRIBUCIJA** – objašnjenje **UZROKA** svog ili tuđeg ponašanja (*zašto se neko ponaša na određen način*) i **ANTICIPIRANJE** budućeg ponašanja (*kakvo ponašanje se može očekivati u budućnosti*)
  - **Situaciono atribuiranje** – uzroci ponašanja se objašnjavaju spoljašnjim okolnostima
  - **Dispoziciono atribuiranje** – uzroci ponašanja se objašnjavaju osobinama ličnosti (dispozicije, crte, stavovi...)



## • **SISTEMATSKA PRISTRASNOST PRI SOCIJALNOM OPAŽANJU (PRISTRASNOST ATRIBUIRANJA):**

- **Osnovna greška atribucije – tendencija da se ponašanje drugih češće objašnjava unutrašnjim uzrocima**
- **Efekt “ja-drugi” – objašnjavanje sopstvenog neprihvatljivog ponašanja situacionim faktorima**
- ❖ **Dostupnost informacija:**
  - **Procena sopstvenog ponašanja – najveća pažnja je posvećena situacionim faktorima koji su osobi poznati**
  - **Procena tuđeg ponašanja – osoba je u centru pažnje, a okolnosti koje prate socijalnu situaciju i osobu su nepoznate**
- ❖ **Tendencija očuvanja pozitivnog samopoimanja – pristrasnost prema sebi (izbegavanje neprijatna osećanja o sebi):**
  - ❖ **situaciona atribucija – neuspeh**
  - ❖ **dispoziciona atribucija – uspeh**





# STAVOVI

- **STAV** – tendencija da mislimo, osećamo i delujemo (*pozitivno ili negativno*) prema objektima u našoj okolini
- **Struktura stava:**
  - ❑ **KOGNITIVNA KOMPONENTA** – uverenja o objektu
  - ❑ **AFEKTIVNA KOMPONENTA** – osećanja prema objektu
  - ❑ **KONATIVNA KOMPONENTA** – dispozicije za određen način ponašanja prema objektu
- **Faktori koji doprinose saglasnosti između stava i ponašanja:**
  - Životno važni stavovi
  - Usklađenost konativne komponente sa subjektivnom normom (*kako nama značajne osobe očekuju da se ponašamo u određenim situacijama*)
  - Opažena kontrola – verovanje da je osoba u mogućnosti da se ponaša u skladu sa stavom
  - Direktno iskustvo sa objektom
- **Stavovi se formiraju kroz proces socijalnog učenja**
  - Paralelno sa učenjem pojmova deca uče kako da se osećaju i kako da se ponašaju prema određenim objektima



□ Stavovi su podložni promeni  
– usled ubeđivanja i disonanc

## □ MENJANJE STAVOVA UBEĐIVANJEM



- Retorika – upotreba argumenata u cilju ubeđivanja (disciplina koja se koristila vekovima unazad)
- Izloženost različitim oblicima ubeđivanja putem medija i svakodnevnih susreta sa ljudima
- UBEĐIVANJE – proces promene tuđih stavova putem argumenata i sličnih sredstava
- **LOGIKA ≠ NAJJAČI ADUT PRILIKOM UBEĐIVANJA!\***



- **Faktori koji utiču na ubeđivanje:**

- Karakteristike osobe koja prenosi poruku (kredibilitet govornika – pojačava ubedljivost poruke)

- Karakteristike poruke (veći uticaj – poruka koja se često ponavlja ili koja ima cilj da nas zaplaši)

- Karakteristike publike (veći uticaj ubeđivanja na ljude koji imaju izraženu potrebu za socijalnim odobravanjem)



- **MODEL VEROVATNOĆE ELABORACIJE – objašnjenje kada i na koji način pojedini faktori utiču na promenu stava**

- Perifereni put elaboracije – najveći deo pažnje nije usmeren na sadržaj poruke već na karakteristike govornika (atraktivnost, popularnost...)

- Centralni put elaboracije – kada je važna suština poruke; uključuje se kritičko mišljenje za proveru valjanosti argumenata i istinitost informacija





# □ MENJANJE STAVOVA USLED DISONANCE

- **NEKONZISTENTNOST** stava i ponašanja → promena stava (*npr. pušačima je lakše da promene stav i nađu opravdanje za pušenje nego da prestanu da puše*)
- **Teorija kognitivne disonance – Leon Festinger**
  - Ljudima je neprijatno ukoliko osete da postoji nesklad između njihovih uverenja, stavova i ponašanja
  - Neprijatnost motiviše ljude da je uklone smanjujući postojeći nesklad
  - Posebno neprijatan nesklad: javno ponašanje ljudi koje je u suprotnosti sa njihovim stavovima – **NESKLAD SA SOPSTVENIM POIMANJEM** (ljudi uglavnom imaju pozitivno mišljenje o sebi – a nesklad znači da se ponašaju u skladu sa duplim standardima: nepošteno i neiskreno)



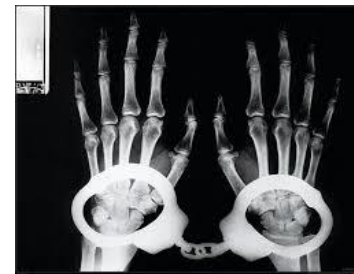
# PREDRASUDE I STEREOTIPIJE

## □ STEREOTIPIJE:

- Opažanja, verovanja i očekivanja koja osoba ima o članovima neke grupe
- Kognitivne šeme o socijalnim grupama koje polaze od pogrešne pretpostavke da svi članovi grupe imaju određene karakteristike
- Obično se stvaraju oko vidljivih atributa – pol, starost, rasa, nacija
- Mogu biti pozitivne i negativne
- Opasnost i štetnost predrasuda:
  - Sužavaju mogućnost da se član grupe tretira kao individua (“svi bogati ljudi su nadobudni”)
  - Sužavaju očekivanja od ponašanja (“žene su neambiciozne”)
  - Vode ka pogrešnim atribucijama (“stari ljudi imaju neprijatan miris”)



- **PRIMENA STEREOTIPIJA NA POJEDINCA samo zato što pripada određenoj grupi → PREDRASUDE**
- **PREDRASUDE – stavovi koji imaju stereotipije kao kognitivnu komponentu, praćene su snažnim osećanjima i imaju tendenciju ka socijalnoj diskriminaciji u ponašanju**
- **Uzroci javljanja predrasuda:**
  - **Socijalno učenje**
  - **Tendencija ljudi da socijalni svet dele u dve grupe: mi naspram drugih**
  - **Odnosi među grupama: takmičenje – lak razvoj predrasuda, saradnja – slab razvoj predrasuda**
  - **Ugroženo samopoštovanje članova grupe povećava tendenciju ka razvoju predrasuda prema drugim grupama (nepoštovanjem drugih se podiže vrednost sopstvene grupe)**





- **Efikasni načini borbe protiv predrasuda:**

- **Priznavanje predrasuda – ljudi funkcionišu zahvaljujući kognitivnim šemama koje im olakšavaju snalaženje u socijalnoj realnosti**
- **Kontrolisanje automatske reakcije kod predrasuda – predrasude se ne mogu iskoreniti (*postepeno se razvijaju i sastavni su deo socijalne kognicije*)**
- **Učestaliji kontakti sa članovima grupa prema kojima postoje predrasude (*hipoteza kontakta*) – mogućnost upoznavanja i saznavanja nečeg novog o drugima, povećavanje tolerancije na različitost uz smanjivanje anksioznosti i porast empatije prema ljudima koji su drugačiji od nas**



- **Neophodni faktori za ublažavanje predrasuda usled kontakta sa drugima:**

- Podjednak status članova grupa koje kontaktiraju
- Opažanje članova grupe kao tipičnih predstavnika *(ne kao izuzetaka)*
- Usmerenost kontakta na saradnju *(ne na takmičenje)*
- Neformalan kontakt *(omogućava slobodnije ponašanje i otvoreniju komunikaciju od formalnog kontakta u okviru kog se poštuju određena pravila)*



- **Kreiranje odgovarajućih situaciju u cilju ublažavanja predrasuda *(svakodnevni rad sa ljudima)***

- Ljudi češće koriste periferni put elaboracije informacija (bolja promena stavova kao što su predrasude!)
- Manja je verovatnoća uspeha centralnog puta elaboracije informacija – ljude je teže motivisati na takav način reagovanja



# MEĐUSOBNA PRIVLAČNOST

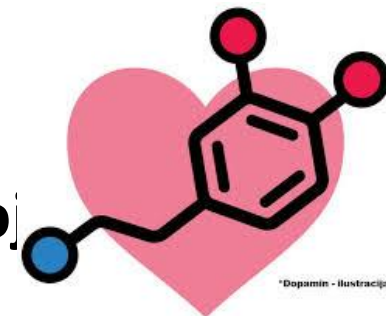
- Prijateljstvo i ljubav – snažna iskustva u životu čoveka; često sastavni deo osećanja smisla života
- **MEĐUSOBNA PRIVLAČNOST** – prvi korak u nastanku prijateljstva i ljubavi – može da se razvije u intenzivan **INTIMNI ODNOS** između dvoje ljudi
- **Socijalna psihologija** – razlika između faktora koji utiču na međusobnu privlačnost i održavanje međusobnih odnosa
- **Faktori koji utiču na međusobnu privlačnost:**
  - **ORGANSKI**
  - **SITUACIONI**
  - **PERSONALNI**





## ➤ **ORGANSKI – “hemija”**

- **Hormon Oksitocin – važna uloga u emotivnom vezivanju roditelja i dece ili partnera u ljubavnoj vezi**
- **Oksitocin se luči prilikom maženja, tepanja i sličnih fizičkih kontakata, a utiče na stvaranje osećanja smirenosti, sigurnosti i blagostanja**
- **Uslovljavanje lučenja oksitocina – samo prisustvo osobe izaziva lučenje oksitocina – pojačava međusobnu povezanost i ublažava situacije sukoba**



## ➤ **SITUACIONI**

- Fizička blizina – otvara mogućnost učestalije interakcije, a veća izloženost susretima je povezana sa tendencijom porasta dopadljivosti ukoliko je prvi utisak pozitivan**
- Okolnosti susreta – upoznavanje ljudi u prijatnom okruženju i okolnostima (situacije kad nas hvale) pojačava tendenciju međusobnog dopadanja**

## ➤ PERSONALNI

☐ Sličnost – ljudi preferiraju osobe koje su im slične po godinama, veri, navikama, stilu života, interesovanjima, stavovima vrednostima, stavu prema zajedničkim poznanicima\* (izbalansirani odnosi → jača tendencija ka međusobnoj privlačnosti; neizbalansirani odnosi → slabi tendencija ka međusobnoj privlačnosti)

- Sličnost – pojačava verovatnoću da će ljudi pozitivno misliti o nama
- PRIVLAČNOST ↔ SLIČNOST STAVOVA

☐ Komplementarnost – nekada je važnija od sličnosti!\* (*suprotnosti se privlače – nadopunjuju*)

- Dominantne osobe traže osobe koje se potčinjavaju, ćutljive i povučene osobe vole društvo pričljivih i druželjubivih



❑ **Poveravanje** – ljudi koji nam se poveravaju su nam privlačniji jer poveravanje podrazumeva bliskost i dopadanje

- Što je poveravanje intimnije veće je dopadanje

❑ **Fizička privlačnost** – osobina koja se ceni celog života (od detinjstva pa nadalje)

- Važnija u početnoj fazi međusobnog upoznavanja
- Fizički privlačne osobe – atraktivne i popularne među vršnjacima
- Lepi ljudi se procenjuju kao – bolje prilagođeni, seksipilniji, inteligentniji i finiji u ponašanju
- **HIPOTEZA PODUDARANJA** – ljudi teže da se zabavljaju i venčaju sa osobama koje su im slične po fizičkoj privlačnosti (lepoti)
  - Iako svi više vole fizički atraktivne osobe, podudarnost se traži jer bi se odbacivanje od strane fizički atraktivnije osobe doživelo nepovoljno za lično samopoimanje
  - Procena nečije lepote – subjektivna stvar
  - Što se duže posmatra nečije lice – više nam se dopada





# LJUBAV

- **Ljubav** – složena pojava koju je potrebno razlikovati od sličnih osećanja
- **MEĐUSOBNA PRIVLAČNOST ≠ LJUBAV**
- **ROMANTIČNA LJUBAV ≠ SEKSUALNA ŽELJA**  
(*različiti sklopovi fizičkog uzbuđenja*)
- **VRSTE LJUBAVI:**
  - **Strastvena ljubav** – puna snažnih osećanja i uzbuđenja sa izraženom fizičkom privlačnošću i seksualnim željama
  - **Prijateljska ljubav** – intimni odnos prožet međusobnim poveravanjem i uzajamnom brigom za drugoga
- **Robert Sternberg** – vrste ljubavi na osnovu izraženosti osnovnih komponenti ljubavi: **strast, intima i posvećenost**
  - **Romantična ljubav** (izražena strast i intima, slaba posvećenost)
  - **Prijateljska ljubav** (izražena posvećenost i intima, slaba strast)
  - **Suluda ljubav** (izražena strast i posvećenost, slaba intima)
  - **Ispunjavajuća ljubav** (sve tri komponente izražene)



- **Faktori koji doprinose održavanju intimnih odnosa:**

- **Razlika između početnih očekivanja i stvarnog odnosa**

- Što je razlika između očekivanog i realnog ponašanja veća raste verovatnoća da će doći do prekida odnosa (pogotovo ako partner smanji nivo učešća i brige za zajednički odnos)

- **Stepen izbalansiranosti i jednakosti u odnosu**

- **Džon Stejsi Adams – TEORIJA PRAVEDNOSTI**

- Ljudi su motivisani za održavanje pravednih odnosa i izbegavanje odnosa koji nisu fer
- Procena da li je odnos sopstvenih ulaganja i dobiti jednak odnosu ulaganja i dobiti druge osobe
- Nije važno da li jedna osoba daje više a druga manje ukoliko je odnos uloženog i dobijenog podjednak
- Ljudi postaju nezadovoljni ukoliko dobijaju manje ili više od onoga što ulažu u odnos



- **Razmena ljubavi: komplimenti, maženje, znaci pažnje, šale, vođenje ljubavi, razumevanje, razgovori....**
- **Zakovitosti koje upravljaju bračnim odnosima:**
  - **Žene su zadovoljnije brakom u kom muškarac priča o njihovom odnosu**
  - **Važna je komunikacija i razmena međusobnih mišljenja partnera jednog o drugom (čak i negativnih zapažanja)**
  - **Za majke je posebno važna uključenost muževa u podizanje dece (manja razlika između očekivane i stvarne uključenosti → bolji odnosi među supružnicima)**





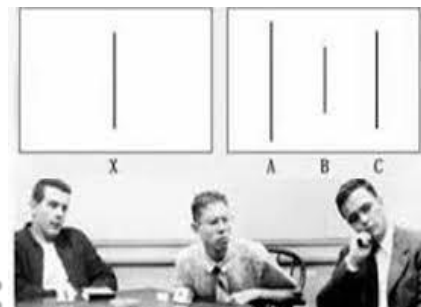
# SOCIJALNI UTICAJ



- **Socijalni uticaj** – proces kojim pojedinci i grupe utiču na misli, osećanja i ponašanja druge osobe
- **Cilj društva** – oblikovanje ponašanja pojedinaca kako bi zajednica mogla da funkcioniše neometano
- **Socijalne norme** – jedan od sveprisutnih oblika socijalnog uticaja koje predstavljaju opšteprihvaćena pravila ponašanja u određenim situacijama
  - Norma reciprociteta – tendencija da uzvratimo jednakom merom na nečije ponašanje
- **Socijalni uticaj unutar grupe** → pojava konformizma
- **Konformizam** – usklađivanje ponašanja i verovanja članova grupe sa većinom unutar grupe
  - Javni konformizam – neslaganje ličnog mišljenja sa izrečenim
  - Privatni konformizam – promena ličnog mišljenja
- **Obično do promena dolazi usled grupnog pritiska**



- **Muzafer Šerif i Solomon Aš (eksperimenti) – postoji jaka tendencija konformiranja kod ljudi čak i kada je reč o relativno objektivnim stvarima (procena veličine opaženih predmeta i pojava)**



- **Faktori kojima se objašnjava snaga grupnog pritiska:**

- Ljudi teže ispravnosti (grupne norme pružaju kriterijum šta je ispravno a šta pogrešno)
- Ljudi žele da se dopadnu drugima i stoga žele da im budu slični
- Ljudi vrednuju sebe kroz grupnu pripadnost (konformizam je način da se pokaže grupna pripadnost)
- Poštovanje socijalnih normi se nagrađuje a nepoštovanje kažnjava (pozitivne posledice konformizma)



- **Nejasne situacije i činjenica da većina osoba izražava određeno mišljenje → snažnija pojava konformizma**

- **Postojanje pojedinaca koji pokazuju drugačije mišljenje → smanjivanje konformizma**

- **UTICAJ MANJINE – teža promena uverenja (potreban je duži vremenski period i da manjina bude uporna ali fleksibilna u iznošenju mišljenja)**



- **Specifičnost konformizma – ljudi menjaju svoja uverenja i ponašanja iako to niko od njih ne traži**
- **Povinovanje – promena u ponašanju do koje dolazi zbog direktne molbe**
- **Poslušnost – promena u ponašanju do koje dolazi zbog zahteva od strane autoriteta**
- **Primena različitih tehnika u cilju povinovanju molbi ili zahtevu (popularne među prodavcima):**
  - **Tehnika “zalupi vrata”**
    - **Od osobe se traži da učini nešto što znamo u startu da će da odbije**
    - **Nakon odbijanja nudi joj se prihvatljivija opcija (ona koja je zapravo pravi cilj!\*)**
    - **Osoba se najčešće povinuje novoj molbi ili zahtevu (ljudi ne vole konfliktne situacije)**
- **Stenli Milgram (eksperimenti sa elektrošokovima) – uticaj autoriteta na poslušnost: spremnost ljudi da kažnjavaju druge samo pod uticajem zahteva autoriteta, bez ikakvog drugog pritiska – spoljašnja situacija ima jači uticaj od osobina ličnosti**





# GRUPNO FUNKCIONISANJE

- Ljudi često rade i donose odluke u okviru grupe
- Samo prisustvo drugih ljudi može uticati na radni učinak:
  - **SOCIJALNA FACILITACIJA** – poboljšanje aktivnosti
  - **SOCIJALNA INHIBICIJA** – kočenje aktivnosti
- **Robert Zajonc** – prisustvo drugih pojačava uzbuđenje i motivaciju kod ljudi
  - ❖ **Ljudi emotivno doživljavaju situacije u kojima ih drugi ljudi procenjuju!**
    - Obavljanje jednostavnih i dobro savladanih radnji → socijalna facilitacija
    - Obavljanje složenih i radnji koje nisu dobro savladanje → socijalna inhibicija
- **Socijalno zabušavanje** – tendencija smanjivanja sopstvenog doprinosa ukoliko se on ne može jasno uočiti i vrednovati (rad u interakcionim grupama)
  - Pojačana identifikacija sa grupom i dobri međuljudski odnosi → smanjivanje socijalnog zabušavanja



- **VOĐE (LIDERI) – osiguravaju USPEŠNO FUNKCIONISANJ interakcionih grupa**



- **Osobine uspešnih vođa – emotivna stabilnost, ektravertnost, saradljivost, savesnost, inteligencija, pouzdanost, fleksibilnost i usmerenost ka uspehu**

- **STILOVI VOĐSTVA:**

- **Vođe zadatka – upravljaju usmeravanjem i nadgledanjem i pružaju potrebne informacije članovima grupe (efikasnije vode grupu ka ostvarenju cilja!\***

- **Socio-emocionalne vođe – iniciraju međugrupnu diskusiju, razmenu informacija i pozitivne međusobne odnose (omiljene među članovima grupe!\*)**



- **TIMSKI RAD – donošenje važnih odluka, rešavanje određenih problema ili davanje kreativnih rešenja**

- **Produkcija ideja u grupi – “MOŽDANA OLUJA” (BRAINSTORMING) – smanjuje broj ideja!\***  
(bolje da svaki član pojedinačno nabroji sva rešenja kojih se seti, pa da se tek onda grupa okupi i razmotri svako rešenje posebno)



- **Irvin Janis – GRUPNA ZASLEPLJENOST –** opasnost od grupnog donošenja pogrešnih odluka sa fatalnim posledicama
- **Faktori koji doprinose grupnoj zaslepljenosti:**

- ❑ **GRUPNA POLARIZACIJA** (pojava da grupna diskusija vodi pojačavanju inicijalnog dominantnog stanovišta i dovodi do pomeranja prema ekstremima, bilo da je reč o rizičnijim ili opreznijim oblicima ponašanja)
- ❑ **KOHEZIVNOST ČLANOVA GRUPE** (sila koja drži grupu kao celinu; *što je grupa kohezivnija, lakše će donositi odluke i one će biti jednoglasne*)
- ❑ **VELIČINA GRUPE** (veće grupe → lakše postizanje grupne zaslepljenosti)
  - **Manje grupe – mogućnost vođenja interaktivne razmene mišljenja**
  - **Veće grupe – serija monologa (bez mogućnosti interaktivne razmene mišljenja)**





# • TEHNIKE ZA SPREČAVANJE GRUPNE ZASLEPLJENOSTI:

- Tehnika “đavoljeg advokata” – jedna osoba dobija zadatak da stalno provocira grupu da ispituje grupne odluke i sagleda i druge činjenice i načine razmišljanja
- Anonimno iznošenje mišljenja – distribuira se svim članovima grupe (anonimnost – pomaže da se ljudi odupru konformizmu i izraze otvoreno svoje mišljenje)

