

9. SOCIÁLNÍ KOMUNIKACE

1. **Komunikace** je vzájemná výměna informací.
2. **Komunikace** je výměna zpráv pomocí **psaní, mluvení** (tj. **verbální komunikace**) nebo **zobrazování** (tj. **neverbální komunikace**).
3. **Komunikace** je proces, ve kterém **jedna osoba předává** pomocí určitého **komunikačního kanálu zprávu druhé osobě**, a tím vyvolává určitý **účinek**.
4. **Komunikace** je předávání informací se **záměrem ovlivnit příjemce** (ovlivnit jeho chování, informace, potřeby).

Komunikační akt:

1. Motivace mluvčího.
2. Záměr mluvčího.
3. Smysl sdělení pro mluvčího.
4. Kódování mluvčím.
5. Promluva s věcným obsahem sdělení.
6. Dekódování příjemcem.
7. Smysl sdělení pro příjemce.
8. Odhad záměru mluvčího příjemcem.
9. Efekt sdělení na příjemce včetně jeho motivace.

Ve významové struktuře jednotlivého komunikačního aktu lze tak **vedle obsahové složky**, více méně **shodné pro oba účastníky**, odlišit **vázanost na individuální psychiku a osobnost** účastníků. Tato vázanost se projevuje především v **osobnostním smyslu sdělení pro účastníky**, který vyjadřuje širší **motivační** pozadí účastníků a jejich **cíle**, které mohou být **rozdílné**. I když **věcný obsah** sdělení je pro ně v zásadě shodný, daný **slovníkovými významy** použitých **slov** a gramatickými vazbami, **smysl sdělení** pro ně může být **rozdílný**.

Komunikační kanály

Komunikační kanály jsou **přenosové cesty**, po kterých se **informace pohybují oběma směry** (od příjemce ke sdělovateli a naopak).

Druhy komunikačních kanálů:

- a) **Zrakový**.
- b) **Sluchový**.
- c) **Dotykový** – pohlazení, úder.
- d) **Čichový** – voňavky, feromony.
- e) **Chuťový** – polibek.
- f) **Termický** – dotek studené nebo teplé ruky.

Komunikace je obvykle **multisenzorická** – realizuje se zároveň několika smyslovými kanály.

Techniky aktivního naslouchání:

- a) **Klarifikace** – pomoc v **objasnění toho, co bylo řečeno**, snaha získat **více informací** – pokládáme otázky (Kdy se to stalo? V jakých situacích tak reagujete?).
- b) **Parafrázování** – ukázat, že **nasloucháme a rozumíme tomu**, o čem je řeč – novým způsobem předložíme myšlenky a fakta, souhrn sděleného (Tak proto byste si přál, aby vám lidé více důvěřovali? Jen bych se chtěl ujistit, že jsem vám dobře rozuměl.).
- c) **Zrcadlení pocitů** – zpětná vazba – vyjádřit **základní pocity, emoce druhého** (Zdá se mi, že vás to zlobí, když o tom mluvíte. Slyším ve vašem hlase smutek, je to tak?).

- d) **Uznání významu druhého** – uznat **závažnost jeho pocitů a problémů** (Vážím si vaší snahy vyřešit ten problém).

Odlíšnosti verbální a neverbální komunikace:

- a) **Verbální komunikace** je postupný průběh **po jedné linii**, slova následují za sebou, při verbální komunikaci je **vyložené**, abychom **současně vyráběli** několik **jiných proudů řeči**. Naše **tělo funguje** jako celý **soubor prostředků neverbální komunikace** – všechny mohou působit **současně (simultánně)** a navíc **z obou stran** (od sdělovatele i příjemce) a tvoří jeden celek neverbálního sdělování.
- b) **Verbální komunikace** probíhá **přerušovaně, s pauzami** (zamyslíme se apod.). **Neverbální komunikace** je **nepřetržitá**, bez přerušení.
- c) V každé **verbální i neverbální komunikaci** se rozlišují **kognitivní** (informace) a **afektivní sdělení** (většinou hodnocení). Ve **verbální komunikaci** se velmi často používá **kognitivního** sdělení. **Afektivní sdělení** je **méně časté** (vyjádření záporného postoje **nadávku**). **Neverbální komunikace** používá výrazy **afektů, citů, emocí** pomocí mimiky, gestikulace, tónu hlasu atd. **Kognitivní sdělení** je **méně časté** (pomocí **gest rukama** vyjádříme, jak je něco **veliké**).
- d) **Verbální komunikace** je vázána na **jazykový kód**, který je vlastní jen **příslušníkům určité společnosti**. **Neverbální komunikace** je většinou **stejná** pro příslušníky **různých kultur** (emoce jsou vrozené).
- e)

Neverbální komunikace může verbální komunikaci:

- a) **nahrazovat** – gesta dopravního strážníka, objetí druhého ze soucitu.
- b) **doplňovat, zvýrazňovat** – matka pochválí dítě a pohladí ho po hlavě.
- c) **odporovat jí** – pak dáváme za pravdu **neverbální komunikaci**, protože se **hůře předstírá** – člověk říká, že má radost, ale oči jsou chladné.
- d) **měnit její význam** – modifikace **obsahu řeči ironickým** tónem („To bylo od tebe opravdu skvělé!“).
- e) **regulovat její průběh** – po skončení promluvy se mluvčí vybízivě podívá na druhého, aby začal mluvit.

VERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Verbální komunikace probíhá po **dvou významových liniích**. Jednak je to **linie tematická – obsahová**, to, **o čem se mluví**, a dále **linie interpretační**, jaký **výklad – smysl tématu** komunikující **lidé přikládají**. Tyto linie **probíhají současně** a vyžadují proto ke svému vyjádření různé **paralelní prostředky**, které mohou být **verbální i neverbální**.

NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Prostředky neverbální komunikace:

1. **Tělesné postoje** – držení těla (posturologie).
 2. **Mimika** – výrazy obličeje.
 3. **Gesta** – tělesné pohyby především rukou, ale i jiných částí těla.
- Postoje, mimika a gesta** – společně se označují termínem **kinezika**.
4. **Doteky** – objetí, polibek, úder.
 5. **Prostorové rozmístění** – vzdálenost lidí od sebe (proxemika), úhel, v němž sedí nebo stojí.
 6. **Pohledy očí**.
 7. **Paralingvistika** – výška hlasu, tempo řeči, pláč, vzdychání.
 8. **Tepelné a čichové podněty** – sáhnutí teplou nebo studenou rukou, pach potu.

9. **Artefakty** – oděv, obuv, brýle, dekorativní úpravy – účes, barvení nehtů, šperky, líčení atd.
10. **Užívání času** – tím, kolik času věnujeme komunikaci nebo jestli chodíme včas na schůzky, ukazujeme, jak si člověka vážíme.
11. **Činnosti** – sdělování prostřednictvím pomoci druhému beze slov, přinášáním dárků

1. Tělesné postoje, držení těla (posturologie)

Tři základní polohy těla – **stání, sezení, ležení**.

To, jak sedíme nebo stojíme je **projevem trvalejších vlastností** (nízká nebo vysoká sebedůvěra), ale také může být **projevem aktuálního stavu** (únava nebo energie).

- **Zvýšená sebedůvěra** se projevuje v celkové tendenci **rozšířit prostor svým tělem** (hlava, hrudník, ramena vzhůru).
- **Snížená sebedůvěra** se projevuje celkovou tendencí **zmenšit prostor**, který zaujímá tělo (schoulit se do sebe).

Kongruence (shoda u dvou nebo více členů skupiny)

Při komunikaci jedinci zaujímají téměř **totožný postoj** – vyjádření **vzájemného souhlasu**. **Bezděčné napodobování** – u dobrých přátel nebo v dobře fungujícím manželství. **Záměrné napodobování** – snaha vyvolat pozitivní názor druhého na svou osobu, snaha o rychlé navázání přátelského kontaktu.

2. Mimika

Jedná se o výrazy obličeje způsobené **kontrakcí nebo uvolněním svalů**.

Vnější výraz emocí je hlavní funkcí mimiky – výrazová funkce emocí.

Mimika také funguje jako **regulátor vzájemné komunikace** (např. posluchač dává úsměvem najevo souhlas s mluvčím).

Úsměv – velmi důležitý, vyjadřuje přátelské emoce vůči okolí. Existuje však i falešný úsměv, nepřátelský úsměv (výsměch), bojácný úsměv. Vždy je nutné zvolit správný typ úsměvu – pokud používáme příliš silný druh úsměvu, působí to neupřímně.

3. Gesta

V užším smyslu chápeme gesta jako pohyby **rukou** – těch je většina. V širším smyslu jsou gesta **pohyby jakékoliv části těla** (ukazování nohou, pootočení k předmětu).

Gesta rukou:

- a) **Ukazovací** – hlavní funkcí je **vést pohled druhého** na něco – prstem, bradou.
- b) **Zobrazovací** – vytváříme **názorné zobrazení** toho, co chceme ukázat – „kreslíme“ **tvář předmětu** ve vzduchu, ukazujeme **velikost předmětu, činnosti osob**.
- c) **Symbolická** – mohou být přímo přeložitelná do řeči (nabízející gesto, **prosení, zastavení, hrozba, pohlazení, přísahání**, sdělení. Speciální soubor gest používají policisté, dirigenti, řidiči, vojáci atd.
- d) **Neslušná gesta** – tato gesta se mohou **kulturně lišit**.
- e) **Taktovací (rozčleňovací)** – doprovází řeč, pomáhají udržovat **rytmus řeči** a její rozčlenění na **jednotlivé úseky**.
- f) **Zdůrazňovací** – **důraz** na slova, která mají **zvláštní význam**.
- g) **Výrazová** – doprovázejí **mimické výrazy emocí**.

- h) **Gesta regulující řečovou komunikaci** – když se snažím skončit komunikaci, podívám se na druhého a dám mu **pokyn k převzetí slova**, vyjádření **souhlasu či nesouhlasu** s tím, co říká druhý.
- i) **Odreagovávací – zautomatizovaná gesta**, kterých si vůbec nemusíme být vědomi, tím **uvolňujeme vnitřní tenzi, tlak** – škrábeme se na hlavě, bubnujeme prsty na podložku, popotahujeme si oděv, upravujeme si vlasy.
- j) **Ochranná (obránná) – prostředky ochranného chování** v situacích, které jsou **nám nepříjemné** nebo nás **ohrožují** – **vytváříme bariéry** (například zkřížení paží před hrudníkem nebo překřížená noha přes nohu).
- k) **Hodnotící** – poklepání na čelo (druhý je hloupý).
- l) **Gesta vyjadřující vztahy k druhému** – ukázání rukama, že druhému „kroutím krkem“, posílání polibku.
- m) **Gesta, kterým vyjadřujeme svůj okamžitý stav – rozpaky** (škrábeme se na hlavě), **nudíme se** (prsty propojíme a točíme mlýnek palci).
- n) „**Signály přitažlivosti**“ pro druhé pohlaví.

4. Doteky

Pravděpodobně **geneticky prvotní neverbální podnět**. Psychoterapie podává mnoho důkazů o terapeutických a **podpurných účincích doteků** na **lidskou psychiku**. Nezapomínejme však i možnost nepřátelského doteku při agresivním chování.

Při komunikaci **osob s nerovným postavením** je běžné, že případnou komunikaci dotykem iniciuje osoba, která má **status vyšší**.

5. Prostorové rozmístění (proxemika)

Zabývá se **prostorovými vztahy** mezi účastníky komunikace, fungují jako prostředky neverbální komunikace, kterými si účastníci sdělují **bezděčné informace** o vzájemných **sociálních vztazích** – zda k sobě mají osoby **blíže nebo vzdálenější vztah**, **dominantní** nebo **submisivní** postavení.

Čtyři pásma:

1. Intimní vzdálenost:

- a) **0 až 15 cm** – **nejintimnější kontakty** (milenci, rodič s dítětem, poskytnutí útěchy druhému, ale také boj).
- b) **15 až 45 cm** – **kontakt s nejbližšími příbuznými a přáteli**, ale už zde není přímý kontakt s druhým (jen pomoci rukou).

2. Osobní vzdálenost (45 až 120 cm) – vzdálenost natažené paže, **běžný rozhovor s lidmi** (bez důvěrného vztahu) – když druhý překročí hranici, ustoupíme – **proxemický tanec**.

3. Společenská vzdálenost (120 až 370 cm) – spíše **neosobní vztahy**, vztahy mezi jedinci jako představiteli určitých **sociálních rolí**, dodržují se normy **společenského chování** (slušnost, uctivost k druhému) – úřední jednání, nakupování atd.

4. Veřejná vzdálenost (**nad 370 cm**) – toto pásmo využívají **veřejné postavy**, druzí se neodvažují překročit bez vyzvání prostor kolem nich (učitel a katedra, projevy politiků, přednášky na konferencích), vzdálenost zvyšuje **prestíž a autoritu**.

6. Pohledy očí

Pohledy jsou přítomny prakticky v **každé sociální situaci**, jako jedna z jejich **nejpodstatnějších složek**. Sám pohled pak naznačuje **zájem o partnera v komunikaci**. **Vyhýbání se pohledu** je považováno za známku **nezájmu či neupřímnosti**.

Lidé se **dívají na druhé**, když jsou v roli **posluchače**, a **nedívají se na ně**, když **sami hovoří**.

7. Parajazykové projevy

Parajazykem se rozumí v sociální psychologii soubor vokálních – **hlasových projevů**, vyskytujících se **na pomezí mezi neverbálními** prostředky a **mluvenou řečí** (sténání, vzdychání, smích, pláč, pauzy, důraz, výška, objem řeči, rytmus, hlasitost, modulace, protahování a zkracování slov). Mohou vyjadřovat **nepřátelství, obdiv, potěšení, překvapení** a podobně.

DRUHY KOMUNIKACE PODLE POČTU OSOB

1. Intrapersonální komunikace

Intrapersonální komunikace je **komunikace jedince se sebou samým** jako druhým subjektem. Zahrnuje v sobě **více či méně vědomou reflexi** tohoto procesu. Intrapersonální komunikace může být **vnější – slyšitelná či viditelná i pro druhé**, ale zaměření na druhé není ani jejím motivem, ani intencí. Ve své vnitřní podobě se intrapersonální komunikace **prolíná s vnitřní řečí**.

2. Interpersonální komunikace dvou osob

Základním projevem explicitní interpersonální komunikace je **rozhovor**. Rozhovorem rozumíme převážně **verbální interpersonální komunikaci**, při níž **střídavě mluví a naslouchají různé osoby**, který probíhá v konkrétní sociální situaci a při kterém **neverbální momenty vystupují v různé míře**.

Rozhovor může mít různou podobu. Může mít podobu **doprovodného dorozumívání** při jiné činnosti, například **pracovní**, nebo může být **konverzací**, která má spíše ráz **navazování kontaktu, žertování, odreagovávání**, nebo může mít charakter společné soustředěné komunikace zaměřené na **dosažení určitého cíle**.

3. Interpersonální skupinová komunikace

Každý člověk je členem více skupin, jako například rodiny, školní třídy, pracovního týmu apod., ve kterých **probíhá podstatná část naší sociální komunikace**. **Skupinová diskuse lépe navozuje kooperaci než individuální poučování**. Skupinová **diskuse** může zvyšovat **skupinovou identitu nebo solidaritu**, nebo může vyvolávat **závazky ke kooperaci**.

Výsledky výzkumů s pětičlennými skupinami umožnily stanovit pět základních **komunikačních schémat**:

1. **Řetěz** – možnost komunikace je **jen mezi dvěma členy**, kteří jsou **blízko sebe**.
2. **Kolo (hvězdice)** – **jeden člen je v centrálním postavení**, celá síť je **vázaná na něho** a ostatní **čtyři** jsou v **periferní pozici** bez vzájemných komunikačních vazeb.
3. **Ypsilon (vidlice)** – centrální pozice **jednoho člena**, **tři jsou na periferii vztahu** a komunikace.
4. **Kruh** – **uzavřený řetěz** komunikační struktury, kde **každý člen** může komunikovat jen se **dvěma členy**.
5. **Všekanálová** (“každý s každým”) – každý člen má **stejnou pozici a možnosti vzájemně komunikovat se všemi**.

Druhy komunikace ve skupině:

1. **Kulatý stůl** – **informace se vyměňují bez určení pořadí**, kdo bude hovořit, interakce je **neformální**, **vedoucí diskuze** může jen **udržovat téma** a vybízet členy, aby uvedli své příspěvky

2. **Panelová diskuse – neformálního charakteru**, seznam a pořadí příspěvků není stanoven, **členové skupiny jsou experti**, kteří vyjadřují své **odborné názory** na předložený problém, **obecenstvo může pokládat otázky**.
3. **Sympóziu** – se skládá ze **série připravených prezentací**, které se týkají různých **aspektů vybraného tématu**, **vedoucí symposia představuje přednášející** a poskytuje shrnutí.

4. Masová komunikace

- a) Charakter **masové komunikace se liší** od komunikace skupinové právě **hromadným, masovým, mnohočetným charakterem** zejména na straně **příjemce – publika**.
- b) Druhým specifickým rysem masové komunikace je její **veřejný charakter**. Znamená to její **dostupnost každému potenciálnímu zájemci**.
- c) Třetím významným rysem je, že **role původce a příjemce** jsou tu **trvale rozděleny**, sdělení postupuje **jednosměrně od původce k příjemci**.
- d) A čtvrtým specifickým rysem masové komunikace je, že **původce a příjemce tu nejsou** v přímém **bezprostředním kontaktu**. Existuje mezi nimi **vzdálenost prostorová nebo časová** nebo obojí.

Přítomnost jiných lidí, ať už **blízkých a známých nebo neznámých** může **měnit racionální zpracování sdělení i emocionální prožitek** s ním spojený. Okamžitá **výměna názorů** a možnost **sledovat reakce** (i neverbální) **jiných lidí** se tak může stát důležitým **vodítkem pro potvrzení vlastního mínění**.

V podmínkách masové komunikace **recipient nemá** sice možnost **ovlivňovat komunikátora přímo** zpětnou reakcí, má však **možnost volby tématu** hned v počátečním stadiu: **sledovat či vypnout přijímač, číst či nečíst noviny**.

Médium (kniha, fotografie v časopise, televize), ale také **výrok, věta, ukázaná mapa, ovlivňují naše představy** – například o tom, co je **dobré** a co je **zlé**, o **kráse**, **ovlivňují zpracování (ukládání) našich představ**. Byl stanoven předpoklad, že **televizní programy „kultivují“ názory lidí**, že **čím více času lidé stráví sledováním televize, tím více se bude jejich vidění světa podobat** tomu, který **vytváří televize**.

Propaganda

Cílem propagandistické **kampaně** je získat **příjemce zprávy na stranu původce sdělení a manipulací** ovládnout jeho **názory**. Propagovat lze **výrobky, názory a postoje, osobnosti** (extrémním případem je „**kult osobnosti**“), „**správné**“ či **žádoucí jednání**.

Problémem je, jak postupovat při **osvětových kampaních**, jakými způsoby **měnit dosavadní návyky**. Celý postup sestává z **několika etap**. Na **počátku** stojí obvykle **masivní kampaň sdělovacích prostředků**, jejímž cílem je **upoutat pozornost k inovaci**. O tom, zda **novinka bude přijata** a případně povede ke změně chování, však **rozhoduje až osobní komunikace**, kdy vybraní **jedinci** ve větších či menších skupinách **vysvětlují**, případně **prakticky předvádějí přednosti a výhody novinky**, sdělované masmédiu.