

**MUNI  
SPORT**

# **bk4022 Kultura projevu a akademické psaní**

Mgr. Jakub Palka 469781

# Osnova

- Organizační pokyny
- Kultura projevu
- Komunikace
- První dojem
- Dezinformace
- Kultura

# Rozvrh

## – Přednášky

- 11.10. | 16:15-18:45
- 1.11. | 18:05-19:45
- 22.11. | 17:35-19:15

## – Semináře

- 27. 9. | 18:05–19:45
- 15. 11. | 14:50–16:30
- 29.11. | 16:15–18:45

# Přednášky

- 11.10. | 16:15-18:45
  - Úvod, Organizační pokyny, Kultura projevu, Komunikace, Plagiátorství, Argumentační klam, ...
- 1.11. | 18:05-19:45
  - Úvod akademické psaní
- 22.11. | 17:35-19:15
  - Pokračování akademické psaní, ZOTERO, citace, ...

# Semináře

## Metody hodnocení

- 1. účast na 3 blocích celé realizované výuky)
- 2. aktivní výstup s prezentací tématu
- 3. zhodnocení výstupu v podobě eseje
- 4. splnění úkolu Akademický text
- 5. písemná zkouška (test) – 15 otázek (min. 51 % úspěšnost)

# 1. Minimální účast

- Minimální účast je nastavena poměrně vstřícně.
- Platí zásada, že přednášky jsou nepovinné, takže pro studenty vzniká poměrně komfortní situace ohledně účasti. Minimální účast je dostačující, bude-li splněna v rámci kterýchkoli 3 bloků výuky, přičemž až 2 účasti na semináři mohou být kompenzovány účastí na přednášce.
- Každá účast navíc je chápána jako aktivita studenta a bude představovat benefit při celkovém hodnocení předmětu u daného studenta.

## 2. Aktivní výstup s prezentací tématu

- Témata: v Isu (studijní materiály)
- Čas: 20 min i s následnou diskusí a zpětnou vazbou (což znamená 6-8 min prezentace)
- Forma: Prezentace Power point
- Nahrávání na kameru

## 2. Aktivní výstup s prezentací tématu

- Výstupy jsou registrovány na cloudu
- Prosím o kontrolu úplného doplnění termínů a tématu od každého studenta.
- Cloud slouží jako rychlý přehled evidence pro Vás i pro vyučujícího.
- Věnujte mu prosím pozornost, jsou zde jak obsahové, tak i přesné časové instrukce. Prosím o aktivní spolupráci a dobré plánování.



## 3. Zhodnocení výstupu v podobě eseje

- Esej se zhodnocením výstupu ve struktuře 4 bodů je třeba uložit do odevzdáárny
  - 1. popis přípravy
  - 2. práce se zpětnou vazbou
  - 3. doporučení pro příště a autoevaluace
  - 4. Hodnocení/sebareflexe (A-E)
- Ukládání je možné průběžně, standardní deadline je 19.5.2024.
- V případě potřeby delšího času je třeba vysvětlit důvod a individuálně kontaktovat vyučujícího mailem (469781@mail.muni.cz)
- Věřím, že této možnosti bude využito pouze výjimečně.

## 4. Splnění úkolu Akademický text

- Téma psaní akademického textu bude především záležitostí přednášek, nácvik úkolů k akademickému textu bude probíhat v rámci přednášek, seminářů i domácí přípravy.
- Na závěr bude zadán úkol Akademický text. Odpovědi dle struktury uvedené v zadání studenti uloží do odevzdávárny (složka Úkoly – akademický text).

## 5. Písemná zkouška (test)

- 15 otázek (min. 51 % úspěšnost)
  - V případě nižšího počtu získaných bodů se student zapíše na další termín a může test opakovat (k dispozici jsou 2 další pokusy).
- Odpovědi ABCD
- K testu se dostanete v IS přes kód předmětu v sekci odpovědníky. Po kliknutí na vámi vybraný termín v uvedeném časovém rozpětí se vám otevře test.
- Na jeho vypracování testu máte 12 minut čistého času (současně se musíte vejít do vypsaneého časového rozmezí, které je pro každý termín určeno).

- Samotný výsledek testu je jenom jedním z faktorů určujících konečné hodnocení studenta. Finální výsledek je dán dále ještě kvalitou výstupu, kvalitou zpracované eseje a kvalitou odpovědí na úkol akademický text.

# Studijní materiály

- Přednášky (prezentace v IS)
- <https://www.fsps.muni.cz/impact/kultura-projevu-a-komunikace/uvod/>
  - Jméno: visitor; heslo: p110t

# Semináře

## Metody hodnocení

- 1. účast na 3 blocích celé realizované výuky
- 2. aktivní výstup s prezentací tématu
- 3. zhodnocení výstupu v podobě eseje
- 4. splnění úkolu Akademický text
- 5. písemná zkouška (test) – 15 otázek (min. 51 % úspěšnost)

**MUNI  
SPORT**

# **Přednáška 1**

Mgr. Jakub Palka 469781

# Smysl předmětu a jeho skladba

- 1. Jak různě je možno chápat pojem „kultura projevu“?
  - Kultura mluveného a psaného projevu
  - Společenská kultura projevu
  - Kultura projevu v médiích a veřejných vystoupeních
  - Kultura projevu v digitálním prostředí
  - Rétorická kultura projevu
- 2. Jaký je smysl spojení dvou fenoménů – kultury projevu a akademického psaní?
- 3. Jaký je rozdíl mezi „psaním“ a „akademickým psaním“?
  - Účel, publikum, struktura, jazyk a styl, omezení
- 4. Jak chápete tradiční rozpor mezi obsahem a formou?



# Obsah vs forma

- Obsah > Forma
- Forma > Obsah
- Obsah = Forma

# Svoboda slova

- Právo říci svůj názor
- Právo na informace
- Právo na kritiku
  
- Svoboda slova však není absolutní a může být omezena v určitých případech, kdy by její výkon mohl ohrozit jiné důležité hodnoty nebo práva!

**Zdroj:** Timothy Garton Ash - "Free Speech: Ten Principles for a Connected World" (2016)

# Kultura projevu – psaná, mluvená a kombinovaně prezentovaná

- 1. Verbální a nonverbální versus psané a mluvené
- 2. Jazyk jako nositel sdělení
- 3. Obrázková a jiná nonverbální sdělení, jejich výhody a nevýhody (sociální sítě)
- 4. Kryptografie – utajení, hra, poselství...

# Kultura projevená a kultura vnitřně přijímaná.

- 1. Bonton versus přetvářka
- 2. Myšlení, názory a chování
- 3. Lze kulturně myslet?
- 4. Co je jádrem socializace?

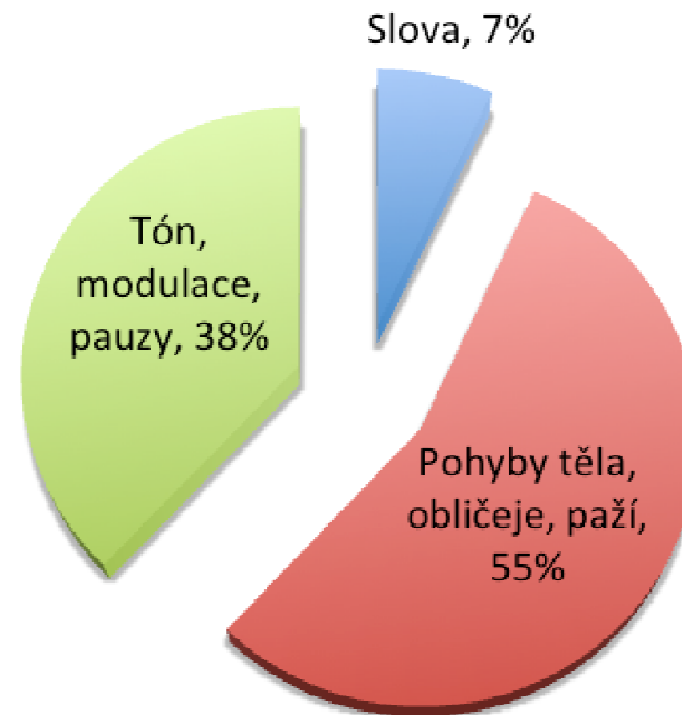
# Komunikace

- Verbální komunikace
- Neverbální komunikace
  - Kinezika, Gestika, Posturika, Mimika, Haptika, Proxemika, Vizika, Chronemika
- Paraverbální komunikace
  - Jaká je jediná společná vlastnost vítězů amerických prezidentských voleb?
  - Hlasitost, rychlost řeči, barva hlasu, pauzy, intonace, rytmus, slovní důraz

**Zdroj:** Boukalová, H., Cerha, O., Sedláček, M., & Šírová, E. (2023). *Psychologie komunikace*. Grada.

Milotová, R. (2012). *Neverbální komunikace: teorie a praxe*.

# Mehrabianův mýtus



Mehrabian, A. (1969). Significance of posture and position in the communication of attitude and status relationships. *Psychological Bulletin*, 71(5), 359–372. <https://doi.org/10.1037/h0027349>

Mehrabian, A. (1970). A semantic space for nonverbal behavior. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 35(2), 248–257. <https://doi.org/10.1037/h0030083>

Trimboli, A., & Walker, M. B. (1987). Nonverbal dominance in the communication of affect: A myth? *Journal of Nonverbal Behavior*, 11(3), 180–190. <https://doi.org/10.1007/bf00990236>

# Neverbální komunikace

- Kinezika
  - **Gestika**
  - Pohyby částí těla
  - **Posturika**
  - Postoje
  - **Mimika**
  - Nonverbální komunikace prostřednictvím mimických svalů

# Komunikace

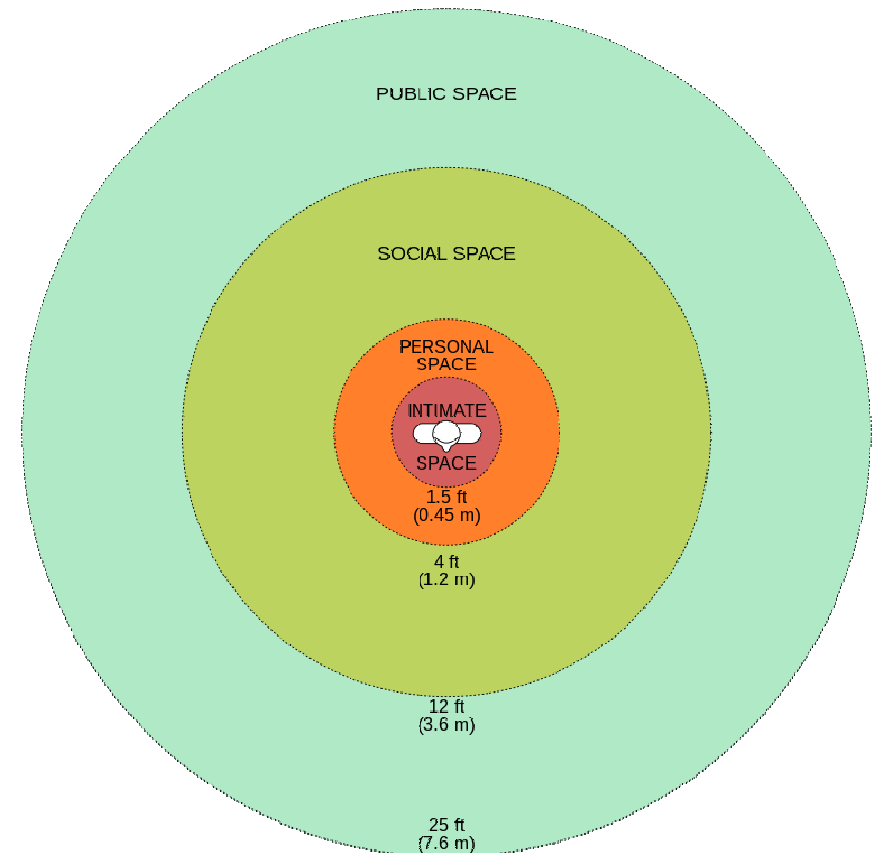
- **Haptika**
- Kontakt hmatem
- **Vizika**
- Řeč očí
- **Proxemika**
- Vyjádření vztahu mezi lidmi prostřednictvím vzdálenosti
- **Chronemika**
- Komunikace prostřednictvím času



# Proxemika

## Typy vzdáleností podle Edwarda T. Halla

- **intimní zóna** – vzdálenost komunikujících je do 45 cm
- **osobní zóna** – vzdálenost komunikujících je od 60 cm do 1,2 m
- **společenská zóna** – vzdálenost komunikujících je od 1,2 m do 2 m (až 3,6 m)
- **veřejná zóna** – vzdálenost komunikujících je od 3,6 m do 7,6 m (i více)



# Některé zajímavosti...

- **Ironie**
- „No, ty jsi génius!“
- **Obrázkové písmo**
  - Piktogramy, ideogramy
  - Morseova abeceda, Braillovo písmo

# První dojem

- **Efekt primarity:**
- Tendence vnímat dřívější informace jako významnější než ty pozdější.
- Případně jde o změny ve vnímání později získaných informací tak, že je přizpůsobujeme dříve získaným informacím.
  
- Jak dlouho trvá první dojem?

**Zdroj:** Hewstone, M., & Stroebe, W. (2006). Sociální psychologie.

Miškolciová, L., & Medžová, M. (2015). CHYBY SOCIÁLNEJ PERCEPCIE U POSLUCHÁČOV

PRIPRAVUJÚCICH SA NA POMÁHAJÚCE PROFESIE. *Školský psychológ/Školní psycholog*, 16(2), 70-85.

- **Stereotypy:**
- Zjednodušená zobecnění, často vázaná na sociální skupiny (rasové, genderové).
- **Předsudky:**
- Obvykle vycházejí ze stereotypů.
- Před-soudíme (brzy soudíme) = soudíme na základě nedostatečného množství informací, na základě málo relevantních informací, přebíráme mínění jiných, případně neovládáme logiku tvorby úsudku).

# Haló efekt

- Haló efekt nebo také efekt prvního dojmu je kognitivní zkreslení, při kterém dochází k chybě ve vnímání a posuzování osob či věcí.
- Vzniká v době, kdy objekt nebo osobu vidíme poprvé či po delší době. Získané první dojmy na základě vnějších vlivů a povrchových kritérií pak ovlivňují dojmy pozdější.
- Dochází k převládnutí prvního nebo nejsilnějšího dojmu, takže ten pak potlačí všechny ostatní vjemy, čímž brání jejich správnému rozlišení a zhodnocení
- Tento efekt bychom měli označovat za laickou chybu v sociální percepci osob

**Zdroj:** Strnadová, V. (2006). Sociální vnímání (percepce). U Nás: Knihovnicko--informační zpravodaj.

# Haló efekt

- *Haló efekt se také objevuje ve vzdělávání. Učitelé podléhají haló efektu při hodnocení žáků. Klidné a spořádané chování pro ně může naznačovat chytrého žáka, kterého poté řadí mezi nadané studenty bez objektivního zhodnocení jeho dovedností. V tomto případě má haló efekt vliv i na známky studentů*

# Pygmalion efekt

- Je jev, kdy pozitivní očekávání vede k pozitivnímu výsledku. Je to fenomén, při kterém nevědomě ovlivňujeme situaci a lidi tak, že naplní naši původní předpověď.

**Zdroj:** Vlčková, K. (2005). Efekt bumerangový. Efekt Galatea. Efekt Golem. Efekt haló. Efekt novosti. Efekt placebo. Efekt Pygmalion. Efekt sociální žádoucnosti. Efekt zmírňování. Logická chyba posouzení. Položka.

# Pygmalion efekt

- Jako první tento efekt pojmenovali Robert Rosenthal s Lenorem Jacobsonem, kteří na konci šedesátých let 20. století uskutečnili slavný experiment *Pygmalion in the Classroom*.
- Žákům na základní škole rozdali testy a vyučujícím řekli, že jde o prověření IQ žáků a o to, zda mají studijní předpoklady. Poté vybrali žáků s průměrnými výsledky, ale učitelům sdělili, že tito žáci byli vyhodnoceni jako nadprůměrně inteligentní. Za nějakou dobu tito studenti opravdu začali dosahovat nadprůměrných výsledků, a to kvůli tomu, že učitelé k nim přistupovali jinak, než k ostatním studentům – věnovali jim více času, vyvolávali je v hodinách a následně je chválili. Zvyšovali tím jejich motivaci a sebedůvěru, což vedlo k lepším výsledkům.



# Pygmalion efekt

- Pygmalion efekt se objevuje také na pracovišti. Výzkumy ukazují, že zaměstnanci si při práci vedou lépe, když od nich jejich zaměstnavatelé hodně očekávají a věří v jejich úspěch.

# Golemův efekt

- Záporná předpověď - negativní očekávání vede k negativnímu výsledku

# Neverbální komunikace

- **The Power of Nonverbal Communication**
- [https://www.youtube.com/watch?v=fLaslONQAKM&ab\\_channel=TEDxTalks](https://www.youtube.com/watch?v=fLaslONQAKM&ab_channel=TEDxTalks)

# Politická kultura projevu

- <https://ct24.ceskatelevize.cz/svet/2103281-dominantni-stisk-rukou-nebo-vubec-zadny-trumpova-rec-tela-je-vyrazna>
- Jak politici komunikují?
- Co je to agitace?

# Dezinformace

- Šíření dezinformací spočívá v úmyslném vytváření a šíření nepravdivých a/nebo zmanipulovaných informací, které mají příjemce oklamat nebo uvést v omyl
- Dezinformace vs Misinformace

**Zdroj:** Rychlak, R. (2016). Dezinformace. BizBooks.

# Dezinformace

- Česká legislativa nezná pojem „**dezinformace**“, ani „propaganda“, tudíž ani v českém trestním právu není definována skutková podstata trestného činu „dezinformace“ či „propagandy“. Tato jednání jsou trestná, pouze pokud by k nim došlo v rámci jednání, které by naplnilo např. § 181 Poškození cizích práv, § 184 Pomluva, § 345 Křivé obvinění, § 355 Hanobení národa, rasy, etnické nebo jiné skupiny osob, § 356 Podněcování k nenávisti vůči skupině osob nebo k omezování jejich práv a svobod, § 357 Šíření poplašné zprávy, § 365 Schvalování trestného činu, § 364 Podněcování k trestnému činu, nebo § 404 projev sympatií k hnutí směřujícímu k potlačení práv a svobod člověka podle zákona č. 40/2009 Sb., trestního zákoníku.

**Zdroj:** <https://www.mvcr.cz/chh/clanek/dezinformacni-kampane-trestnepravni-uprava-trestnepravni-uprava.aspx>

# Dezinformace

- **Cíle:**
- **Ekonomické**
  - Cílem dezinformační činnosti je finanční zisk. Například tzv. clickbaity
- **Protože můžu**
  - Cílem dezinformační činnosti je provést něco obtížného nebo troufalého
- **Diskreditace**
  - Cílem šíření dezinformací je negativně ovlivnit důvěryhodnost, spolehlivost a pověst
- **Polarizace**
  - Cílem dezinformační činnosti je zhoršovat stávající rozpory tím, že je ještě prohloubí
- **Informační vlivové operace**
  - Cílem dezinformační činnosti je podryvat národní prosperitu a bezpečnost

# Dezinformace

Rozpoznání – model FIRST

- **Falešný obsah** – manipulování s obsahem, například padělané dokumenty nebo obrazové materiály upravené ve Photoshopu
- **Identita** – skrývání zdroje nebo udávání nepravdivého zdroje, například falešné účty na sociálních sítích
- **Rétorika** – využívání zaujatých nebo nepravdivých argumentů, například trollové provokující uživatele na diskuzním fóru
- **Symbolika** – zneužívání komunikační hodnoty událostí, například u teroristických útoků
- **Technologie** – zneužívání technologické výhody, například internetoví boti automaticky pomáhající šíření zpráv



# Kultura

- Pojmová neuchopitelnost kultury:
- Všechny způsoby myšlení, chování, vztahů, komunikací, předávaných z generace na generaci prostřednictvím jazyka a dalších způsobů komunikace, včetně gest, malování, psaní, architektury, hudby, módy, stravování, dopravy atd.
- Kultura – cesta, kterou se společnost ubírá ve jménu obvyklých způsobů řešení svých záležitostí.
- Je tím co nás odlišuje od světa fauny a flóry.

# Kultura

- Normy, hodnoty, myšlenky a způsoby řešení záležitostí určité společnosti.
- Všechny prostředky komunikace, umění, materiální věci a objekty, které společnost sdílí
- Způsoby života sdílené určitou skupinou (kupř. romská kultura).

# Kultura a sport

- Kultura – příroda – sport
- Kulturní rozměr sportu
  - aktivní přístup ke sportu – environmentální otázky, sportovní kultura (fair play, sbližování národů ...)
  - pasivní přístup ke sportu (fanouškovská kultura)