



CHARAKTERISTIKA LEADERA

MILOŠ ZEMAN

PSYCHOLOGIE LEADERSHIPU, PSY525

Tomáš Weber, 422156

Lukáš Zvonek, 414853

Vyučující: Ing. Mgr. Jakub Procházka, Ph.D.

Datum odevzdání: 20. 4. 2018

Fakulta sociálních studií MU, 2017 / 2018

Teorie sociální identity v leadershipu

U Miloše Zemana (MZ) vnímáme snahu být viděn jako člen velké ingroup - dolních deseti milionů. Snaží se působit jako prototypický jedinec - obyčejný člověk z Vysočiny, který si rád vychutná alkohol nebo se vypraví na rybník. Čím více je jedinec prototypický, tím víc roste jeho atraktivita ve skupině a pozornost, kterou mu věnují (Hogg, 2001). To lze vidět například ve skladbě voličské základny MZ, kdy se spoléhá především na venkov, starší a méně vzdělané voliče, pro které ztělesňuje ideál, jací by sami chtěli být. To vede k tomu, že je skupinou vnímán jako sociálně atraktivnější a tím roste jeho vliv, který je atribuován jeho dispozicím (Hogg, tamtéž). Příkladem je vysoká účast na jeho setkáních, kdy mu příznivci vyznávají sympatie na základě toho, co pro ně udělal, ač se jedná o aktivity, které vyplývají z pozice jeho úřadu. Pozici prototypického leadera ohrožují obyvatelé velkých měst a především Prahy, vůči kterým se vymezuje tím, že jde o pražskou kavárnu, která nehájí zájmy většiny společnosti. Jde o vymezení ingroup vůči outgroup dle Hogga (2005).

Teorie transakčního leadershipu

Základem je stanovení jasných očekávání, systému odměňování a korigování chování následovníků (Bass, Avolio, Jung & Berson, 2003). MZ například očekává od A. Babiše (AB), že sestaví vládu do léta a chce, aby o ní intenzivně vyjednával a informoval ho. MZ tedy stanovuje jasné očekávání a může AB i korigovat (například doporučuje jednat s SPD). Vidíme zde prvky aktivního řízení dle výjimek (Bass et al., tamtéž). Chybí však jasné sdělení toho, co se stane, když AB očekávání MZ nenaplní, a proto v tomto případě nejde o podmíněné odměňování. To můžeme najít například v situaci, kdy MZ požadoval od AB 101 podpisů za to, že jej jmenuje premiérem.

Bass, B. M., Avolio, B. J., Jung, D. I., & Berson, Y. (2003). Predicting unit performance by assessing transformational and transactional leadership. *Journal Of Applied Psychology*, 88(2), 207-218.

Hogg, M. A. (2001). A social identity theory of leadership. *Personality and social psychology review*, 5(3), 184-200.

Hogg, M. A. (2005). Social identity and leadership. In D. M. Messick & R. M. Kramer (Eds.), *The Psychology of Leadership: New Perspectives and Research* (pp. 53-80). Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.