



MASARYKOVA UNIVERZITA PRÁVNICKÁ FAKULTA

Inovace předmětu
Sociologické aspekty veřejné správy
(MUNI/FR/0964/2016)





Sociální chování a jednání

Sociální chování a jednání představují základní stavební kameny společenských vztahů.

Chování - souhrn aktivit jedince viditelných z vnějšku, které jsou více nebo méně diferencovanou reakcí na vnitřní nebo vnější podněty.

Jednání je vědomá, k cíli zaměřená činnost, která zahrnuje vědomé uvážení a je v podstatě řešením určitého úkolu.

Přívlastky: sociální (společenské), prosociální, antisociální, asociální, societální a altruistické jednání.



Unifikace sociálního jednání

Cíl unifikace (uniformizace) sociálního jednání:

- ochrana a přežití,
- uspokojení potřeb,
- předvídatelnost chování.

Unifikace chování se prosazuje ukládáním závazných vzorů v procesu **institucionalizace sociálního chování**.

Výsledkem procesu institucionalizace je:

- **normativní řád společnosti** - zahrnuje jednotlivých druhy sociálních norem (právní, morální apod.),
- **sociální instituce** - institucionalizují určité okruhy společenských vztahů (instituce rodiny, manželství).



Institucionalizace sociálního chování

Z hlediska normativního řádu rozdělujeme chování na:

- institucionalizované- v souladu se sociálními normami,
- neinstitucionalizované - normami neupravené,
- deviantní - odchyluje se od požadavku sociální normy.

Cílem institucionalizace sociálního chování je:

- vyloučení sociálně neschvalovaného chování,
- omezení sociálně konfliktního chování - předcházení sporům,
- omezení sociálně neobvyklého (extrémního, extravagantního, výstředního) chování.



Sociální instituce

Sociální instituce poskytují:

- způsoby řešení určitých problémů (např. chudoby),
- uspokojování určitých reálných nebo fiktivních potřeb sociálních subjektů (např. instituce manželství)

Sociální instituce v sobě propojují typizované způsoby sociálních vztahů a činností, sociální pozice a role, sociální normy a sociální hodnoty. **Instituce** nezná členství a jejím úkolem je plnit určité společenské funkce. Tím se liší od **organizace**, která je souborem jedinců spolupracujících k dosažení určitých cílů. Škola je jak institucí, tak může být i organizací (PrF MU).



Sociální vazby a společenské vztahy

Úrovně sociální vazby:

- Setkávání v prostoru - potkávání se se vzájemnou percepcí - pouze registruji;
- Psychická vazba - navození pocitů, zájmu o druhé (např. sympatie, antipatie, mizí indiferentní vztah);
- Sociální kontakt - nesystematický, spojený s výměnou hodnot (materiálních nebo duchovních);
- Společenský vztah - dlouhodobější stav vzájemné interakce.

Společenský vztah - stav vzájemné závislosti a ovlivňování sociálních subjektů.



Základní prvky společenským vztahů

- účastníci vztahu,
- vzájemná vazba- hodnota, na níž je vztah vybudován,
- povinnosti (závazky) a práva (resp. normativní očekávání), jež vztah garantují.

Úrovně společenských vztahů:

- **mikrosociální** - mezi jedinci navzájem, jedinci a skupinou,
- **mezosociální**- vztahy mezi skupinami a organizacemi,
- **makrosociální** - na celospolečenské úrovni mezi velkými společenskými skupinami (např. politickými stranami).



Chování jedinců v sociálních vztazích

Chování v sociálních vztazích určují vedle psychiky a tendencí interpersonálního jednání **sociální momenty**:

- aktuální sociální situace (na mikro i makro úrovni),
- tlak sociálních regulativů (sociálních hodnot a norem),
- začleněním jedince do sociálních struktur a sítí.

Jedinec v sociálních vztazích reflektuje obecně akceptované sociální hodnoty a sociální normy (právní, morální, zvykové, ekonomické, náboženské a další).

Právně upravené sociální vztahy se stávají zároveň právními vztahy, obdobně i morálními, ekonomickými vztahy. Představují určitý aspekt sociálních vztahů.



Začlenění jedince do sociálních struktur a sítí

- **do malých sociálních skupin**, v nichž zastává sociální pozice a role. Člověk je a existuje svými rolemi a ve svých rolích (rodina, parta, školní třída apod.);
- **v širších společenstvích a pospolitostech** - člen vesnické komunity, národa, politické strany apod.;
- **jako nositele univerzalizovaných zobecněných sociálních rolí** - např. role studenta, muže, teeagera.

Sociální začlenění se aktivuje podle aktuálních sociálních kontextů, v nichž se člověk nachází.

Každý člověk má mnoho tváří, žije současně mnoho životů.



Tři dimenze sociálních vztahů

Společenské vztahy probíhají paralelně ve třech oblastech (dimenzích):

- v oblasti **perceptivní** (sociální percepce) - aktéři ve společenském vztahu neustále vnímají vývoj vztahu,
- v oblasti **komunikativní** (sociální komunikace) - mezi aktéry se realizuje neustálá výměna informací,
- v oblasti **interaktivní** (sociální interakce) - mezi aktéry dochází k neustálé výměně podnětů a reakcí na ně.



Sociální percepce

Ve společenském vztahu zúčastnění aktéři neustále vnímají:

- ostatní aktéry,
- sami sebe (své pocity, obraz sebe apod.),
- situaci, ve které se nacházejí a kam vztah spěje.

Jde o sociálně psychologický proces, jehož výsledek je podmíněn:

- sociálně psychologickou erudicí (SQ + EQ),
- sociokulturními okolnostmi percepce,
- aktuálním psychickým stavem a situací aktéra.



Mechanismy sociální percepce

Percepce není přímo určena vnějšími podněty, ale je ovlivňována **vnitřní duševní prezentací** dané situace - jak si člověk utváří **subjektivní realitu**. Roli hraje i jazyk (jazykový kód).

Základní mechanismy sociální percepce:

- **identifikace** - ztotožním vnější projevy s vlastnostmi,
- **asociace** - z určitého jednání **asociuji** na vlastnosti,
- **empatie** - vcítění se do situace jiného,
- **recipatie** - charakterizují si vyvolávané pocity a ptám se proč jsou takové.



Subjektivita percepce

- **Autoprojekce** - dotváření obrazu projekcí svých zejména záporných vlastností nebo nedostatků;
- **Haló-efekt** - zobecnění určité výrazné vlastnosti, zvl. výřečnosti, oblečení, vzhledu nebo prvního dojmu;
- **Sociální a individuální stereotypy** - vnímání a hodnocení na základě zavedených, často zkreslených a předsudečných schémat vnímání a hodnocení, např. národů, ras, vlastností apod.;
- **Efekt mírnosti a shovívavosti** - člověka, který je mi sympatický, hodnotím mírně a shovívavě a nabývám přesvědčení, že se mi podobá.



Sociální komunikace

Sdělování a výměna informací v sociálních vztazích.
Dle použitých znaků dělíme komunikaci na:

- **verbální** - mluvenou a psanou,
- **neverbální** - mimika, gestika, haptika, posturika (držení těla), (řeč těla), proxemika (osobní prostor), oční kontakt, kinesika (pohybová stránka). Jde v souhrnu o projevy řeči těla. Patří sem i piktogramy a květomluva (růže = miluji tě),
- **uměleckou.**

Proxemika: intimní sféra (do 45 cm), osobní zóna (45-120), Sociální zóna (120-360), veřejná zóna (360-).



Metakomunikace - doprovodný prvek komunikace

Metakomunikace je metasignalizací o skutečných záměrech a názorech. Je neúmyslná nebo úmyslná (zastírá nebo předstírá).

Formy metakomunikace:

- **u verbální** - intonace, výška hlasu, síla hlasu, tempo a plynulost řeči, neartikulované zvuky, parazitní slova, je to i mlčení,
- **u neverbální** - bledost obličeje, toporné držení těla.

Verbální komunikace, neverbální komunikace a metakomunikace se mohou dostat do protikladu.



Subjekty a proces komunikace

Subjekty komunikace:

- komunikátor (sdělovatel),
- komunikant (příjemce),
- komuniké (obsah sdělovaného),
- médium (zprostředkující prostředek, např. mobil),
- zpětná vazba (ke kontrole pochopení).

Postavení komunikátora - součást rolového chování.

Základní Laswellovo schéma komunikace: kdo, sděluje co, komu, jak a s jakým efektem.

Porozumění z běžné řeči: 7 % ze slov, 55 % z neverbální komunikace, 38 % z metakomunikace (Albert Mehrabian).



Informační bariéry

Čas - informaci potřebujeme v jiném čase.

Prostor - informaci potřebujeme na jiném místě.

Informační kompetence:

- **nevíme o zdroji**, který obsahuje informaci,
- **víme o zdroji**, ale je pro nás nedostupný (fyzicky, technicky, ekonomicky),
- **víme o dostupném zdroji**, ale neumíme info najít (neznáme strukturu, vyhledávací strategii).

Věcná kompetence - informaci nerozumíme.

Informační zahlcení.



Komunikační akt zahrnuje:

- Záměr mluvčího,
- Smysl sdělení pro mluvčího (jak se ho dotýká),
- Kódování mluvčím (jak se zeptá),
- Věcný obsah sdělovaného (co ta věta znamená),
- Dekódování příjemcem (jak jí rozumí),
- Smysl sdělení pro příjemce,
- Odhad záměru příjemcem,
- Efekt sdělení na příjemce (jak zapůsobí).

Např. dotaz: proč má manželka špatnou náladu, jaký je nadřizený člověk apod.



Komunikace mužů a žen

- Ženy jsou verbálně zdatnější, lépe se vyjadřují;
- Otázka: „Jak bys to chtěl/a zařídit“ ženy ji berou jako výzvu k diskusi, muži chtějí jednoznačnou odpověď;
- Ženy častěji odhalují své já, hovoří o problémech;
- Muži rádi přehánějí a snadno vyslovují určitá ultimáta, ženy to berou častěji vážně, neužívají tolik nadsázku;
- Muži rádi konverzují, aby se dověděli informace, ženy kvůli dobrým vztahům a udržování kontaktů;
- Ženy spíše přizpůsobují svůj komunikační styl mužům, než muži ženám;
- Ženy jsou v komunikaci příjemnější, častěji s jinými souhlasí, vyslechnou, i když si myslí, že nemá pravdu.



Interkulturní komunikace

Nízký komunikační kontext - národy se vyjadřují explicitně, otevřeně (Němci, Nizozemci a skandinávci);

Vysoký komunikační kontext - méně otevřená vyjádření, často je nutné je interpretovat z kontextu (jižní Evropa - Italové, Francouzi, Španělé, asiáté).

Komunikační etiketa (rituály): - tykání a vykání, tituly;
- pozdravy (podání ruky, úklony, líbání na tvář, úsměv);
- projevování emocí (čím severněji, tím je projevování emocí tlumenější, Číňané a Japonci skrývají emoce).

Bariéry: jazyk, stereotypy, etnofaulismů → nepřátelství.



Sociální interakce

Představuje jádro, smysl společenských vztahů.

Teorie sociální interakce vychází z předpokladu, že sociální interakce konstituuje sociální život.

Sociální interakci lze studovat: a) obsahově,
b) formálně.

Z hlediska formy lze rozlišit podle cílů a jejich dosažení:

- spolupráci,
- soutěžení,
- výměnu činností (sociální směnu),
- konflikt.

Cíle interakce: a) instrumentální nebo b) expresivní