



# MASARYKOVA UNIVERZITA PRÁVNICKÁ FAKULTA

## *Sociologické aspekty veřejné správy* 2

### ***Sociální jednání, sociální vztahy***



# Sociální chování a jednání

Sociologie - věda o sociálním jednání (M. Weber), o sociálních vztazích (G. Simmel). 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 jednotlivé 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 instituce

**Sociální instituce** = komplex sociálními regulativy stanovených sociálních vztahů a v jejich rámci probíhajících činností, který je většinou členů sociálního útvaru považován za platný a závazný

**Jádro** sociální instituce tvoří:

- propojené sociální normy, sociální pozice a role
- typizované způsoby společ. vztahů a činností
- sociální hodnoty
- některé sociální instituce závisí na existenci a fungování určité sociální organizace



# Sociální vazby a společenské vztahy

Úrovně sociální vazby:

- Setkávání v prostoru - potkávání se se vzájemnou percepcí - pouze se registrují;
- 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 (Dunbarovo číslo).

**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**:

1. Aktuální sociální situace (na mikro i makro úrovni),
2. Tlak sociálních regulativů (sociál. hodnot a norem),

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 - představují určitý rámec sociálních vztahů. Obdobně morálními, ekonomickými aj. vztahy.

3. Začleněním jedince do sociálních struktur a sítí.



## 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, teenagera.

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

Každý člověk má mnoho tváří, žije současně mnoho životů. Dává sociální identitu.



## 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 (kognice)

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) -vnucuje podobu reality, překlady.

**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.



# Náročnost sociální percepce

**Sociální percepce** - vytváření si obrazu druhého člověka

**Postupnost poznávací operace:**

- nejprve **selekce** - výběr z dílčích podnětů
- potom **interference** (skládání, provázání obrazu).

**Úskalí sociální percepce:**

- Poznávat lidi je **obtížnější** než poznávat věci
- Sociální percepce má **vzájemný charakter**
- Lidé se **mění v čase a okolnostmi** obvykle více než jiné objekty
- Přesnost našich poznatků o lidech je **těžší posoudit** (objektivovat) než u jiných objektů
- Nejde jen o objem informací, ale i **vztahy mezi nimi**



# Subjektivnost sociální percepce - chybovost

- **Autoprojekce** - dotváření obrazu projekcí svých zejména záporných vlastností nebo nedostatků.
- **Haló-efekt** - zobecnění určité výrazné vlastnosti, zvl. výřečnosti, oblečení, vzhledu nebo prvního dojmu. **Ďáblův efekt** - nesympatickým a neupraveným lidem často přisuzujeme horší vlastnosti.
- **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 často nabývám přesvědčení, že se mi podobá.



# Sociální komunikace

Komunikace je hra se slovy, řečová hra.

Ludwig Wittgenstein

To nejdůležitější v komunikaci je slyšet to, co nebylo řečeno.

Peter Drucker

Hranice jazyka jsou hranicemi našeho světa.

Ludwig Wittgenstein

Slovo má velkou sílu, umí i zabít.

Jan Přeučil

Mimikou, očima a gesty mluvíme, i když mlčíme.  
Komunikační význam této nepojmové (dojmové)  
komunikace uplatňují výrazně herci.





# Sociální komunikace

Bez komunikace s jinými lidmi není člověk schopen rozvinout své duševní schopnosti.

Komunikační kompetence patří mezi tzv. „měkké dovednosti“ (*soft skills*), podmiňují osobní a osobnostní růst.

Poruchy komunikace patří k citelným psychickým i sociálním handicapům.

Člověk dokáže komunikací měnit sám sebe (intrapersonální komunikace), své bližní (interpersonální komunikace) i svět (skupinová a masová komunikace).

Komunikací lze posílit nebo tlumit emoce, popudit, provokovat, přesvědčovat, motivovat apod.



# 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), 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.

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



# 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.



# 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 nadsázky;
- 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.

Komunikace často směřuje pouze ke **sdílení pocitů** (small talk), umění sdělovat se (A. Moravia)



# Interkulturní komunikace

Prolínají se lingvistické, psychologické a kulturní aspekty

**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).





# Interkulturní komunikace

**Bariéry:** jazyk (lingua franca), stereotypy, etnofaulismy  
→ nepřátelství, národní mentalita.

Vedle zvládnutí cizího jazyka může představovat určitý problém **neverbální komunikace**.

Základní **vyjádření emocí** u všech lidí zhruba stejné, lze určit pět základních výrazů tváře: pocit štěstí, hněvu, znechucení, strachu a překvapení (Charles Darwin).

U **gest a postavení těla** - velké interkulturní rozdílnosti.

Vedle neverbální komunikace je třeba zvládnout i metakomunikaci (- např. správný slovní akcent, sílu hlasu, vyjádření emocí).



# Interkulturní komunikace

**Bariéry:** jazyk (lingua franca), stereotypy, etnofaulismy  
→ nepřátelství, národní mentalita.

Vedle zvládnutí cizího jazyka může představovat určitý problém **neverbální komunikace**.

U **gest a postavení těla** - velké interkulturní rozdílnosti.

Velkou část neverbálních sdělení nelze jednoznačně převést do slov a dekodovat zcela určitým způsobem.

Vedle neverbální stránky komunikace je třeba zvládnout i **metakomunikaci** - např. správný slovní akcent, sílu hlasu, vyjádření emocí, i když u všech lidí lze určit zhruba pět základních výrazů tváře: pocit štěstí, hněvu, znechucení, strachu a překvapení (Charles Darwin).



# Interkulturní komunikace

Komunikace často směřuje pouze ke **sdílení pocitů** (small talk),  
umění sdělovat se (A. Moravia)

On-line životní styl – kvantita na úkor kvality

U verbální komunikace - rozdíl **významu** a **smyslu**

## Komunikace ohrožena:

- **Stejně skutečnosti** vyjádřené **rozdílnými znaky** (žargon)
- **Tytéž znaky** interpretovány **různě**, a to znakům přiřazen:
  - odlišný **význam** (slovo má více významů)
  - odlišný **smysl**: a) slovo je rozdílně chápáno (svoboda)  
b) slovo je spojeno s jiným kontextem (žert)



# 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



**Děkuji za pozornost**