



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY

Název projektu	Rozvoj vzdělávání na Slezské univerzitě v Opavě
Registrační číslo projektu	CZ.02.2.69/0.0./0.0/16_015/0002400

KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI

Vyučující:

Mgr. Dagmar Svobodová, Ph.D.



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Komunikační bariéry a jejich překovávání

Struktura přednášky

**Interní a externí bariéry
komunikace**

**Sociální vnímání a problémy s ním
spojené**

Komunikační šumy

Komunikační hry

Zpětná vazba a její funkce

Postoje v komunikaci

KOMUNIKAČNÍ BARIÉRY A JEJICH PŘEKONÁVÁNÍ

Cílem přednášky je:

- Ovlivňovat a řešit komunikační šумы.
- Odstraňovat interní a externí komunikační bariéry.
- Potlačovat mezikulturní nevšímavost.
- Určit míru osobní citlivosti při sociálním vnímání druhých.
- Používat komunikační hry v různých situacích.
- Poskytovat zpětnou vazbu partnerovi v komunikaci.

Interní bariéry komunikace



Interní bariéry jsou dány osobnostními problémy komunikujícího.
Interními bariérami může být:

- 1) obava komunikujícího z neúspěchu
 - 2) osobní problémy v prožívání a emočním stavu
 - 3) rozdíly v komunikační úrovni partnerů
 - 4) odlišná mluva
 - 5) xenofobie
 - 6) neúcta partnerů
 - 7) špatné naslouchání
 - 8) nepřipravenost a nesoustředěnost na komunikaci
 - 9) stereotypizace
 - 10) myšlenkové chyby
 - 11) kulturní rozdíly komunikujících
-

Externí bariéry komunikace



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVÍNĚ

Externí bariéry přinášejí rušivý element z vnějšího prostředí.

Mohou mít charakter:

- 1) organizačních bariér
 - 2) demografických bariér (rozdíly v pohlaví a věkové kategorii)
 - 3) vyrušování třetí osobou
 - 4) nezvyklé prostředí
 - 5) nevhodné uspořádání nábytku
 - 6) hluk
 - 7) vizuální rozptylování
-

Sociální vnímání



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Sociální vnímání je vnímání lidí a mezilidských vztahů, které je **závislé** na životní zkušenosti, aktuální míře informovanosti a motivaci vnímajícího.

Představy o druhých lidech jsou vytvářeny na základě percepce, kam patří vnímání, pozorování a myšlení.

Sociální vnímání jednoznačně ovlivňuje chování ve vztahu k druhým.

Problémy spojené se sociálním vnímáním



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Sociální vnímání má subjektivní charakter. Není pouze racionální, ale jsou v něm specifika různých problémů a chyb.

Haló efekt se týká jedinců, kteří disponují jednou nápadnou vlastností nebo je vnímáme jako určitou osobnost poprvé, vnímáme je pod vlivem prvního dojmu.

Efekt posledního dojmu je mylným vnímáním, protože si nepamatujeme konkrétní dojmy z předchozího období.

Projekci uplatňuje vnímající tak, že do sledovaného jedince implementuje vlastní vzorce chování, klady a představy o správnosti chování jako obranný mechanismus.

Sebeuspokojující proroctví nastává, naplní-li se předpokládané očekávání jako stereotyp.

Problémy spojené se sociálním vnímáním



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Sociální vnímání má subjektivní charakter. Není pouze racionální, ale jsou v něm specifika různých problémů a chyb.

Mezikulturní nevšímavost způsobuje zkreslování, které nezní nejlépe, ale vystihuje podstatu problému.

Efekt svatozáře je projev snaživosti na úkor zvládnání práce v normálním čase.

Centrismus vede k nivelizaci, protože vnímající se obává diferenciaci a nechce problematizovat vztahy.

Chyba kontrastu vzniká srovnáním projevu chování a pracovního výkonu podřízených nikoliv objektivně, ale se sebou sama.

Problémy spojené se sociálním vnímáním



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Sociální vnímání má subjektivní charakter. Není pouze racionální, ale jsou v něm specifika různých problémů a chyb.

Desibabilita jako sociální žádoucnost vzniká deformováním objektivitu směrem k tomu, co je požadováno a uznáváno jako konvenční.

Kategorizace vybírá určité rysy, vlastnosti a znaky lidí a schematicky vytváří sociální skupiny.

Favoritismus je preferování a nadhodnocování určité skupiny jedinců na úkor jiných.

Problémy spojené se sociálním vnímáním



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Sociální vnímání má subjektivní charakter. Není pouze racionální, ale jsou v něm specifika různých problémů a chyb.

Efekt sympatie vzniká, když jsou sympatičtí jedinci protěžováni.

Efekt antipatie vzniká, když jsou nesympatičtí jedinci podhodnocováni.

Sériový efekt vzniká, když vlivem mnoha vjemů dochází k otupělosti vnímajícího a přestává rozlišovat.

Problémy spojené se sociálním vnímáním



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Sociální vnímání má subjektivní charakter. Není pouze racionální, ale jsou v něm specifika různých problémů a chyb.

Efekt mírnosti je důsledkem přehlížení drobných nedostatků a přeceňování drobných úspěchů.

Předčasná generalizace vzniká, když se vnímající nechá ovlivnit podněty natolik, že je zobecňuje na všechny další projevy chování.

Dialela vzniká tam, kde podle jedné pozitivní nebo negativní vlastnosti usuzujeme na jiné vlastnosti.

Komunikační šumy



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Komunikační šum je všechno, co doprovází, narušuje a zkresluje plynulý komunikační systém.

Jedná se o překážku příjmu sdělení v podobě, v jaké podle záměru mluvčího mělo být přijato.

Šum může být v komunikačním systému přítomen v takové míře, že přijaté sdělení není totožné se sdělením vyslaným.

Celé sdělení může být odlišně chápáno různými lidmi, a někdy komunikátor může úmyslně sdělení zamlžovat.

Vlivy komunikačních šumů



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Z uvedených důvodů bojujeme s vlivy

fyzikálního (vnější prostředí)

sémantického (obsah podle jazyka)

psychologického (emoční stav)

odstraňováním a zmenšováním zdrojů fyzikálního šumu, ujasňováním významu sdělení a snahou porozumět názorům druhých.

Komunikační hry



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Zásady komunikační hry jako metody k rozvoji komunikačních dovedností:

- 1) Motivovat účastníky k zlepšování komunikačních dovedností.
- 2) Jasně a přesně ilustrovat žádoucí komunikační dovednost.
- 3) Umožnit účastníkovi zapojení a zážitek vyzkoušet si komunikační dovednost.
- 4) Poskytnout zpětnou vazbu na výkon během výcviku komunikační dovednosti.
- 5) Trénovanou komunikační dovednost rozdělit na prvky, které postupně procvičujeme.
- 6) Objasnit jakýkoliv problém, který s výcvikem komunikační dovednosti souvisí.
- 7) Umožnit účastníkovi transfer naučené komunikační dovednosti do jiných situací.

Zpětná vazba

Charakter zpětné vazby závisí na druhu a obsahu sdělení.

Pozitivní zpětná vazba podněcuje jejího příjemce opakovaně komunikovat způsobem, který je efektivní.

Negativní provokující zpětná vazba jedinci umožní přestat dělat stejnou chybu.

V obou případech má příjemce zpětné vazby možnost začít komunikovat efektivněji, což se promítá do jeho vyšší sebedůvěry.

Funkce zpětné vazby

Klíčem k úspěchu je docílit, aby zpětná vazba byla **produktivní**.

Druhy zpětné vazby rozlišujeme podle funkce, kterou plní.

- 1) **Regulační** zpětná vazba
 - 2) **Poznávací** zpětná vazba
 - 3) **Podpůrná** zpětná vazba
 - 4) **Inspirující** zpětná vazba
-

Postoje v komunikaci



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Zafixování určitého způsobu vnímání má charakter **postoje**.

Přesnost při sociálním vnímání ovlivňuje několik faktorů.

Psychická afinita mezi vnímaným a vnímajícím je vzájemné porozumění, že jsou na stejné vlnové délce.

Behaviorální manifestace projevů chování znamená, že některé projevy chování lze těžko odlišovat a určit tak míru některých lidských vlastností.

Druhy a komponenty postojů v komunikaci



SLEZSKÁ
UNIVERZITA
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Kognitivní postoje (komponenty jsou **mínění, názor, smýšlení**)

Afektivní postoje (komponentou je víra)

Konativní postoje (komponentou jsou předsudky)

Citlivost lidí při sociálním vnímání druhých je individuálně odlišná.

Tréninkem k rozvoji citlivosti sociálního vnímání může být **emocionální indukce**.

Shrnutí přednášky

- **Komunikační bariéry překonávejte pomocí sociálně psychologického výcviku rozvojem sociálního vnímání.**
- **Zamlžování podstatných skutečností se lze vyvarovat posilováním důvěryhodnosti postojů vnímajících.**
- **Komunikačními hrami lze rozvíjet vlastní komunikační dovednosti.**
- **V rámci obousměrné komunikace se uplatňuje vybalancovaná zpětná vazba, kterou lze pokládat za produktivní.**