



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 strategie

Struktura přednášky

**Analýza versus automaticnost komunikace**

**Intencionalita komunikace a komunikační plánování**

**Typy komunikačních strategií a typologie komunikantů, problémové typy**

**Komunikace mužů a žen – genderová komunikace**

**Rozdíly v komunikaci mezi muži a ženami**

**Asertivita a agresivita v komunikaci**



# KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

## *Cílem přednášky je:*

- Klasifikovat komunikační strategie.
- Poznávat různé typy komunikantů.
- Používat vlastní názor k obhájení osobního stanoviska.
- Aplikovat komunikační plánování.
- Volit komunikační postupy vedoucí k dosažení cíle.
- Rozlišovat genderovou komunikaci mezi muži a ženami.

# Analýza komunikace

---

Cílem analýzy je popsat kritická místa v komunikaci a navrhnout vhodná opatření se zaměřením na **srovnání žádoucího a optimálního stavu komunikace.**

Obsahová analýza rozděluje sdělení do čtyř kategorií:

- 1) Společensky emocionálně negativní
  - 2) Společensky emocionálně pozitivní
  - 3) Pokusy o odpovědi
  - 4) Otázky
-

# Automatičnost komunikace

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVÍNĚ

K **automatičnosti** komunikace dochází bez vědomé snahy komunikujícího.

**Podvědomě** jsou ke komunikaci využívány:

- 1) tón hlasu
- 2) pohyby těla
- 3) spisovnost mluvy

Samotná volba slov již takový stupeň automatičnosti nemá.

---

# Intencionalita komunikace

---

**Intencionalita** je zaměřenost vědomí člověka na svět jako podmínka lidského myšlení.

**Intencionální** je komunikace, protože probíhá za:

- 1) nějakým účelem
- 2) přesvědčením
- 3) záměrem
- 4) očekáváním
- 5) snahou
- 6) radostí lidí, že komunikují

Ke komunikaci jsme motivováni jak vnějšími, tak vnitřními faktory.

---

# Komunikační plánování

---

**Komunikační plánování** je přehled jednotlivých kroků, které v rámci komunikace pro-vedeme. Smyslem komunikačního plánování je stanovit:

- 1) Co (jaká informace)
  - 2) Proč (z jakého důvodu)
  - 3) Jak (kterými komunikačními kanály)
  - 4) Kdy (jak často)
  - 5) S kým (s jakou osobou)
-

# Komunikační záměry

---

**Komunikační záměry** jsou cíle, které uskutečňuje mluvčí v průběhu komunikace. K realizaci cílů využívá vlastnosti komunikační situace, včetně přímého a nepřímého působení komunikačních aktů.

Komunikačním aktem může být:

**oznámení**

**otázka**

**výzva a přání**

**doporučení**

**návrh a nabídka**

**slib a souhlas**

**dovolení**

**ohrazení**

---



# Komunikační postupy

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Komunikační postupy** vedou k dosažení cílů pomocí:

naslouchání  
jednání s respektem  
argumentování k věci  
věnování pozornosti druhému

**Výsledkem** je buď:

žádoucí výsledek ve smyslu dosažení komunikačního cíle  
nežádoucí výsledek, kdy komunikačního cíle nebylo dosaženo.

---

# Hlavní cíle komunikačních strategií

---

Společné cíle pro typy komunikačních strategií:

- 1) **Učit se** získávat znalosti o druhých, o světě a o sobě sama.
  - 2) **Spojovat** vytvářením vztahů s druhými a vzájemně na sebe reagovat.
  - 3) **Pomáhat** nasloucháním druhým a nabízet jim řešení.
  - 4) **Ovlivňovat** posilováním a změnou postojů nebo chování druhých.
  - 5) **Hrát si** těšením se z okamžitého prožitku.
-

# Typy komunikačních strategií

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Typy komunikace rozlišujeme podle jejich záměru:

Komunikace se záměrem **předat cílové skupině informace a znalosti** (informovat, vzdělávat).

Komunikace se záměrem **změnit chování cílové skupiny** (intervenovat, vychovávat, řídit), jak při jednáních s individuálním klientem, tak při komunikaci se skupinou či s veřejností.

**Komplexní komunikace jako komunikace o riziku** zahrnuje předávání informací mezi zainteresovanými stranami o úrovni zdravotního rizika, o rozhodnutích, o doporučeních, o aktivitách a politice, která směřuje k cíli omezit (řídit) dané riziko.

---

# Typologie komunikantů

---



**SLEZSKÁ  
UNIVERZITA**  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Každý z uvedených typů komunikantů má své nedostatky, které ale mohou být pro komunikaci na druhé straně přínosem.

- 1) **aktivní**
  - 2) **produktivní**
  - 3) **pozitivní**
  - 4) **podezíravý**
  - 5) **nevěřící**
  - 6) **nezúčastněný**
  - 7) **nespolupracující**
  - 8) **upovídaný**
  - 9) **poučovatel**
  - 10) **kverulant (problémový typ)**
-

# Genderová komunikace

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Genderová komunikace** vychází ze souboru charakteristik mezi mužskými a ženskými vlastnostmi.

Gender vyjadřuje myšlenku, že pokud jde o sociální chování, lidé se jako muži a ženy nerodí, ale musí se do značné míry naučit jako muži a ženy jednat.

Existuje řada vzorců chování, které jsou ve společnosti považovány za mužské a ženské.

Jaké chování je biologicky podmíněno a co je výsledkem kulturního vývoje společnosti, je předmětem studií v oblasti sociobiologie, gender studies a feminismu.

---

# Výsledky komunikace chlapců a dívek

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Chlapci mají být fyzicky silnější, racionálnější, agresivnější a toužit po sexu.

Od dívek se očekává, že budou méně fyzicky silné, budou více oplývat emocemi a netoužit příliš po sexu.

Chlapci a dívky se dětském věku identifikují s obrazy, které vidí v televizi, kině a čtou v literatuře.

---

# Komunikace mužů

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

**Muži** komunikují jinak než ženy.

Na rozdíl od žen používají více přímou komunikaci, která směřuje k předávání informací.

Používají krátké, logicky uspořádané a jasně strukturované věty s malým množstvím metafor.

Smysl řeči podle mužů spočívá v předávání a získávání dostatečného množství informací, které povedou k vyřešení problému.

---

# Komunikace žen

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Ženy používají komunikaci k utváření a formování vztahů.

Více než muži používají nepřímou komunikaci, která jim umožňuje kritizovat, ale přitom okamžitě nevyvolat hádku.

Často nehovoří o problémech proto, aby problém vyřešily, ale aby o problémech hovořily.

Uleví si tak a mohou začít se zpracováním dané události.

Ženy hovoří, protože se potřebují svěřovat.

V ženském mozku je řeč zakotvena jako nejdůležitější prostředek vyjadřování.

---



# Asertivita v komunikaci

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Termín „**asertivita**“ je převzatý z angličtiny, ale pochází z latinského **asserere** - tvrdit, domáhat se něčeho.

Asertivita je důležitou komunikační dovedností.

Asertivita znamená schopnost prosazovat vlastní názor, stanovisko nebo zájem.

Vyšší stupně asertivity v sobě zahrnují empatii (vcítění se), schopnost přiznat chybu a omluvit se za ni.

---

# Agresivita v komunikaci

---



SLEZSKÁ  
UNIVERZITA  
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ  
FAKULTA V KARVINĚ

Termín „**agresivita**“ je převzatý z angličtiny, ale pochází z latinského **aggredi** - útočit.

Agresivita je vlastnost, která je vlastní živým organismům.

Když nastanou dráždivé podněty, dojde k agresi.

Agresivita je ovlivněna hladinou hormonů nebo zkušenostmi.

Buď je geneticky zakotvená, nebo je odpovědí na vnější podněty.

V komunikaci jsou to hrubá slova, vulgarismy a křik, panovačný projev, ironizování, sarkasmus a ubližování.

---

# Shrnutí přednášky

- **Komunikační strategie analyzují a řeší žádoucí a optimální stav komunikace se zřetelem k její intencionalitě.**
- **Volbu komunikačních strategií ovlivňují cíle a typy komunikantů, včetně problémových.**
- **Asertivně prosadit své názory dokážou muži a ženy bez ohledu na rozdíly v komunikaci.**
- **Dochází ke změnám ve vnímání mužské a ženské role podle gender.**