

Příloha č. 4.7 – Empatie, konsensus a spolupráce (shrnutí pro žáky) – 1. hodina

Empatie, naslouchání a předsudky

Dobrý novinář si uvědomuje možná zkreslení v naslouchání a vnímání druhých. Snaží se nepodléhat prvnímu dojmu a pohotově reagovat na sdělení respondentů.

Naslouchání a empatie

Součástí kvalitní komunikace je i umění naslouchat. Při vedení rozhovoru, kdy chceme například získat informace například pro reportáž či novinovou zprávu. Porozumět motivům respondenta, je umění pozorně naslouchat velmi důležité. Může nám přinést nové poznatky, náměty na otázky. Novináři si běžně při rozhovoru dělají poznámky, aby nezapomněli, jaký pojem je zaujal či na co se chtějí zeptat. Otázky k rozhovoru, případně k tématu mají většinou předpřipravené. Naslouchání je proces, při kterém přijímáme a zpracováváme zvukové signály – soustřeďte se na sdělení mluvčího (verbální i neverbální, ne na to co mu odpovíte, vyhodnocujte nejasná sdělení, která mají rozporné významy – doptávejte se na ně, doptávejte se na podrobnosti a příklady.

Na sdělení mluvčího se snažte dívat z jeho pohledu a nevytvářejte si definitivní úsudek, dokud plně neporozumíte tomu, co vám chce říci. Pokud se k mluvčímu po dobu jeho řeči chováte vstřícně a vysíláte různé signály zpětné vazby (empatické, upřímné, dotazy na objasnění), bude komunikace s mluvčím plnohodnotná.

Chcete-li pochopit, co si někdo myslí a co cítí, naslouchejte mu s empatií. Empatie znamená podívat se na svět očima druhých, vcítit se do myšlení druhých, chápat jejich myšlení.

Efektivní naslouchání je jak nezaujaté (jsme přístupní novým informacím) tak i kritické. Kritické naslouchání znamená uvědomovat si na nesrovnalosti v promluvě mluvčího a upozorňovat jej věcně na ně.

Paměť – Člověk si nepamatuje, to, co slyšel, ale to, co si myslíme (vzpomínáme), že jsme slyšeli. Ve své paměti nereprodukuje přesně, co nám někdo řekl, ale spíše rekonstruuje přijatá a zaznamenaná sdělení do nějakého systému, který nám dává smysl.

Předsudky, stereotypy

Předsudky nebo stereotypy jsou zkratky ve vnímání. V oboru sociologie nebo psychologie stereotyp znamená zafixované vnímání skupiny lidí. Zafixované dojmy mohou při setkání s příslušníkem některé takové skupiny na něj pohlížet především jako na příslušníka této skupiny a zkreslovat pohled na něj a případně informace, které o něm chceme zprostředkovat. Stereotypy brání vidět individualitu jednotlivce. Každý máme stereotypy např. vůči národním, náboženským skupinám, mužům, ženám, kriminálníkům, prostitutkám, lidem co nosí značkové oblečení nebo naopak apod., je třeba si toto uvědomit a při komunikaci se zaměřit spíše na specifické vlastnosti jednotlivce.

Cvičení v první hodině zároveň upozorňuje na to, jakým způsobem si vytváříme předsudky o druhých.

Dalším úkolem pro vytvořené dvojice je společně se dohodnout na sedmi věcech, které jsou důležité pro šťastný život. Cílem aktivity je procvičit si dorozumívání, způsoby komunikace v malých i velkých skupinách.

Aktivní naslouchání je technika zpětné vazby, kdy posluchač vysílá zpět k mluvčímu, co je podle jeho názoru podstatou přijatého sdělení jak po stránce obsahové, tak pociťové. Aktivní naslouchání není pouhé přesné opakování slov mluvčího, ale spíše vyjádření vlastního chápání jeho sdělení jako určitého významového celku.

- Pomáhá ověřovat, zda jste pochopili, co mluvčí řekl, a také co tím mínil. Zpětná vazba reflektující vaše chápání významu sdělení dává mluvčímu příležitost v případě potřeby nabídnout objasnění. Tak se zvyšuje pravděpodobnost, že každé další sdělení bude přesnější a výstižnější.
- Dáváte mluvčímu najevo, že uznáváte a přijímáte jeho pocity.
- Podněcuje mluvčího, aby zkoumal své pocity a myšlenky.
- Techniky: parafrázovat myšlenky mluvčího, vyjadřovat pochopení a klást otázky

Otázky pro žáky

- Jakým způsobem si vytváříte představu o druhých? Dokážete se vcítit do druhých lidí? Co jste si zapamatovali z rozhovoru se spolužákem? Dokážete aktivně naslouchat ostatním lidem?

Literatura k tématu aktivního naslouchání

- DE VITO, Joseph A. *Základy mezilidské komunikace*. Garda Publishing, spol. s r. o., Praha 2001.

