

STUDIJNÍ OPORA K PŘEDMĚTU KOMBINOVANÉ FORMY STUDIA

Etika a etiketa

**Vysoká škola hotelová v Praze, spol. s r. o.
2015**

Vyučující: PhDr. Marek Merhaut, Ph.D., MBA

Vysvětlivky k používaným symbolům



Úvod ke studiu předmětu



shrnutí - shrnutí tématu



kontrolní otázky a úkoly – prověřují, do jaké míry student text a problematiku pochopil, zapamatoval si podstatné a důležité informace



pojmy k zapamatování – vyzdvihuje důležité či nové termíny, nebo hlavní body, které by student při studiu tématu neměl opomenout



literatura - použitá ve studijním materiálu, pro doplnění a rozšíření poznatků



Požadavky na ukončení kurzu - student se zde dozví, jakým způsobem bude kurz ukončen (test, seminární práce, projekt, ústní zkouška apod.)



Úvod ke studiu předmětu:

Hlavními cíli předmětu jsou: rozšířit teoretické znalosti, praktické dovednosti a schopnosti studentů v problematice etiky a etikety, profesní etiky, společenské odpovědnosti manažera a seznámit je s nejčastějšími případy porušování manažerské etiky a etikety v domácím i mezinárodním prostředí.

Výukové metody:

Přednáška: Výklad, demonstrace - 20/20

Cvičení: Výklad, heuristické metody a řešení problémů, projektová výuka - 20/0

Samostatná příprava –

Metody hodnocení:

Požadavky na zakončení PS/KS (váha %)

Zápočet: Seminární práce (prezentace výsledků 1 seminární práci) 40/40

Závěrečný test: 10/10 Ústní zkouška (diskuze nad zvoleným okruhem témat) 50/50

Celkem 100/100 Zvláštní podmínky a podrobnosti Min. 80% účast na cvičení u PS

Základní literatura:

- ŠRONĚK, I. Etiketa podnikání s přihlédnutím k hotelnictví, cestovnímu ruchu a lázeňství. Praha: VŠH, 2004. ISBN 80-86578-21-6.
- GULLOVÁ, S., MÜLLEROVÁ, F. Společenská etiketa, obchodní a diplomatický protokol. Praha: VŠH 2004. ISBN 80-86578-33-X.
- MERHAUT, M., Etika jako součást společenské odpovědnosti firem hotelového průmyslu, Praha: Wolters Kluwer, 2013. 133 s. ISBN 978-80-7478-032-5

Doporučená literatura:

- BÍLÝ, J. Základy etiky, estetiky a religionistiky. Praha : Eurolex Bohemia s. r. o., 2005. 170 s. ISBN 80-86861-21-X [Zvláště kapitola týkající se etiky.]
- MATHÉ, I., ŠPAČEK, L. Etiketa. Praha : BB/art s. r. o., 2005. 192 s. ISBN 80-7341-564-X.
- ROB, F. Diplomatický protokol a etiketa. 2007. ISBN 978-80-7278-418-9.
- CHANEY, L. H., MARTIN, J. S. Global Business Etiquette, A Guide to International Communication and Customs. Santa Barbara, 2012. ISBN 978-0313397172

- DYTRT, Z. and collective of authors : Business Ethics in Questions and Answers, GEORG Žilina, 2010, str. 175., ISBN: 978-80-89401-28-4
- ALTHAM, J.: "Business Ethics versus Corporate Social Responsibility: Competing or Complimentary Approaches?". In International Business Ethics Review. Volume 4, 2001.
- BLÁHA, J., DYTRT, Z.: Manažerská etika. Praha, Management Press 2003.
- Gulová, S., Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol, VŠE v Praze - nakladatelství Oeconomica, Praha 2009, ISBN 80-245-1021-9
- Hála, V., Univerzalismus v etice jako problém, Filosofia, Praha 2009, ISBN 978-80-7007-306-3
- Halvorsonová, H. G., Jak na úspěch, Beta – Dobrovský, Praha 2012, ISBN 978-80-7306-491-4
- Hubinger, V., Encyklopedie diplomacie, Libri, Praha 2006, ISBN 80-7277-296-1
- Chapman R. A, Etika ve veřejné službě, Slon, Praha, 2003, ISBN 80-86429-14-8
- Nytrová Olga, Etika a logika v komunikaci, Univerzita Jana Amose Komenského, Praha 2007, ISBN 978-80-86723-45-7
- Ort, A., Zamyšlení nad českou diplomacií, Aleš Čeněk s.r.o., Plzeň 2010, ISBN 978-80-7380-270-7
- Rothbard M. N., Etika svobody, Liberální institut, Praha 2009, ISBN 978-80-8638-955-4
- Sokol, J., Etika a život (E-kniha), 240 stran., Kosmas internetové knihkupectví.
- Sokol, J., Pinc, Z., Antropologie a etika, Triton, Praha 2003, ISBN 8072543725
- Šedivý, J., Diplomacie je uměním kompromisu, Praha, Mladá Fronta, 2009, ISBN 978-80-204-2015-2
- Šmajš, J., Binka, B., Rolný, I., Etika, ekonomika, příroda, Grada, Praha 2012, ISBN 978-80-247-4293-9
- Nagl, L., Etika autonomie a autenticity, Filosofia, Praha 1997, ISBN 80-7007-099-4

Témata ke studiu:

ZNALOSTI:

Studenti se po absolvování kurzu budou schopni orientovat v otázkách etiky a etikety v domácím a mezinárodním prostředí v každodenních situacích se zaměřením na otázky etiky, etikety, diplomatického protokolu, a manažerských schopností a dovedností. Absolventi kurzu se budou orientovat v protokolárních otázkách se zaměřením na základy etiky a etikety a protokolu, společenské události, zásady oblékání, zásady společenského chování, slušnosti, vystupování, stolování, komunikace, představování aj.

DOVĚDNOSTI:

Posluchač dokáže ve shodě s etickými zásadami i ve shodě s etiketou uplatnit psané i nepsané zásady chování a jednání v praktickém profesním životě i v životě občanském. Dále, absolventi kurzu budou schopni vést obchodní jednání se zaměřením na specifika etiky a etikety v domácím i zahraničním prostředí.

KOMPETENCE:

Absolvent předmětu získává zakončením předmětu základní přehled v oblasti etiky a etikety, je schopen analyzovat a interpretovat nežádoucí jevy spjaté s profesí i s jeho občanským životem, příp. dokáže jednoznačně vyjádřit etické postoje k nežádoucím jevům. Absolventi tohoto kurzu mohou najít uplatnění jako vedoucí pracovníci diplomatického protokolu, dále jako manažeři agentur specializujících se na problematiku etiky a etikety a v neposlední řadě se absolventi mohou profesně uplatnit jako organizátoři, mentoři a vedoucí pracovníci v obchodním, kulturním a politickém životě v domácím i mezinárodním prostředí.

Cíl studia tématu: *Etika a etiketa*

Z čeho je vlastně slovo **Etika** složeno, z čeho vychází? Etika (z řeckého ethos – mrav), nebo též teorie morálky je filozofickou disciplínou, která zkoumá morálku nebo morálně relevantní jednání a jeho normy. Etika je disciplínou praktické filozofie. Etika se zabývá teoretickým zkoumáním hodnot a principů, které usměrňují lidské jednání v situacích, kdy existuje možnost volby prostřednictvím svobodné vůle. Hodnotí činnost člověka z hlediska dobra a zla. Na rozdíl od morálky, která je blíže konkrétním pravidlům, se etika snaží najít společné a obecné základy, na nichž morálka stojí, popř. usiluje morálku zdůvodnit. Etika se dále dělí na další disciplíny: e. analytická, e. autonomní, e. deontologická, e. environmentální, e. evoluční, e. feministická, e. heteronomní, e. individuální, žurnalistická etika atd.

Definice etiky a etikety

Ačkoli se můžeme setkat s názorem, že etiketa a etika spolu souvisí velice málo, případně vůbec, "etiketa je součástí společenského mravu, nikoli morálky a etiky", opak je pravdou. Souvisí spolu a to velice úzce. Ta první totiž, tedy etiketa, vychází z té druhé, tedy z etiky. Etiketa bez etiky by nebyla ničím. Vlastně by vůbec nebyla.

Etika: "nauka o mravnosti, o pravidlech mravního chování, o mravních zásadách; mravouka". Etika, nebo též teorie morálky je filozofickou disciplínou, která zkoumá morálku nebo morálně relevantní jednání a jeho normy. Etika je disciplínou praktické filozofie. Etika se zabývá teoretickým zkoumáním hodnot a principů, které usměrňují lidské jednání v situacích, kdy existuje možnost volby prostřednictvím svobodné vůle. Hodnotí činnost člověka z hlediska dobra a zla. Na rozdíl od morálky, která je blíže konkrétním pravidlům, se etika snaží najít společné a obecné základy, na nichž morálka stojí, popř. usiluje morálku zdůvodnit.

Etiketa: je součástí společenského mravu, nikoli morálky a etiky. Její pravidla jsou původně nepsaná a někdy není jasné, proč se určité chování předepisuje nebo naopak zakazuje. Většinou však zpřijemňují vzájemný styk (například zákaz mlaskat

při jídle) a často vyjadřují jistou zdrženlivost a respekt k ostatním, k ženám a starším (například přednost u stolu, ve dveřích). Dodržováním etikety dává člověk najevo, že ví "co se sluší" a že tedy do daného prostředí patří. Předchází tím konfliktům a zároveň se brání nežádoucí důvěrnosti.



Hlavní body – pojmy k zapamatování:

Etika, Etiketa

- **Klíčová slova:** Etika a etiketa



Literatura:



Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

- 1) Co je to Etika?
- 2) Co je to Etiketa?

Prostor pro odpovědi:

Cíl studia tématu: Etika a morálka – úvod

Morálka

- z lat. „mos“
- původně „vůle“
- vůle uložená člověku zvnějšku (bohy, panovníky) = předpisy, zákony
- tradiční mravy a obyčeje (móres)
- osobní způsob života, smýšlení, charakter, mravní chování jedince

Etika

- z řec. „éthos“
- místo pastvy zvířat, stáj, způsob jejich života a chování
- přeneseně na člověka – místo bydlení, určení společenstvím či původem, vše, co je obyčejem a mravem
- charakter člověka ve vztahu ke společnému mravu, způsob jednání, postoj a smýšlení osob

české „mrav“

- z praslovanského „norv“
 - staročesky nrav
 - v současné ruštině ještě ve slově „nraviťsja“ - líbit se
 - něco, co se obecně líbí, co je vhodné
- celá etymologie ukazuje na prvotní sociální kontext

Etika a morálka - dnešní význam

Definice těchto dvou pojmů se mohou v zásadě často lišit, ale vždy vyjadřují zhruba totéž. Někteří autoři pojmy morálka a etika rozlišují a významově je od sebe oddělují, jiní naopak nikoliv.

Poměrně zajímavý a výstižný je přístup Fuchse, který uvádí dvě různé funkce morálky a přiřazuje je oběma pojmům:

morálka: souhrn způsobů jednání jednotlivců ve společnosti + předpisy pro toto jednání – vyjadřuje tedy všechny zvyky, obyčeje, normy, zákony, tedy vše, co má

lidský život jednak zjednodušovat předem danými schématy rozhodování a jednání a jednak regulovat způsob života jednotlivce ve společnosti. Tento pojem tedy ukazuje na **regulační funkci** morálky.

etika: uvažování o správnosti morálky a jejích předpisů – řeší tedy zejména oprávněnost požadavků morálky v různých situacích a oblastech, což vyjadřuje její **legitimizační funkci**.

Zatímco tedy morálka předkládá normy, etika řeší, zda a za jakých podmínek jsou jejich požadavky oprávněné, spravedlivé a ospravedlnitelné.

Základní otázky etiky tedy zní: „Co dělá naše jednání dobrým?“. Již předběžně a díky morálnímu před-porozumění, které má každý člověk, můžeme říci, že jednání dobrým nedělá pouze věrnost a poslušnost určitému étosu. Do hry vstupuje mnoho prvků, které člověk není ani s to postihnout.

K absolutně dobrému jednání se tedy můžeme vždy jen více či méně přiblížit.

Etika se tedy vztahuje zejména na jednání, ale můžeme říci, že v širším slova smyslu – tedy včetně smýšlení, které stojí za tímto jednáním či které k tomuto jednání směřuje. V křesťanské etice je pak jediným měřítkem lidského jednání a smýšlení Bůh. Můžeme dále připojit, že etika se snaží zároveň dospět k objektivní odpovědi na otázky typu jak správně (dobře) jednat či jak se správně rozhodovat.

Předpoklady etiky:

proč vůbec etika funguje a morálku chápe úplně každý, kdo dospěl k užívání rozumu?

- každý člověk je schopný poznat rozdíl mezi dobrem a zlem – neznamená to ale, že všichni považují za dobrá a zlé vždy to samé (pro lidojeda znamená poobědvat svého nepřítele dobrou a správnou věc, zatímco leckde ve světě by za tento čin dostal trest smrti)
- každý rozhodně ví, že dobro je třeba dělat a zla se vystříhat – někdy se tato všelidská schopnost také vyjadřuje známým „mít svědomí“. Z toho plyne, že člověk je jednoznačně etická bytost.

Nezbytnost morálky:

S morálkou se setkáváme na každém kroku, aniž si to vždy uvědomujeme. Morálka jednak lidský život zjednodušuje tím, že v mnoha situacích se nemusíme rozhodovat vždy znovu a předem promýšlet své činy (např. zaplatím v obchodě za pár rohlíků nebo je prostě ukradnu?) a jednak je morálka vůbec předpokladem společenského života. Dává nám tedy jistotu v tom, co máme od druhých lidí čekat a zároveň dává hranice naší svobodě, aby se nestala libovůlí či z vůlí. Bez morálky by lidské soužití nebylo vůbec možné, protože žít v nejistotě a bez pocitu bezpečí není možné. Bez morálky by se lidské společenství brzy dostalo do stavu anarchie a na úroveň zákonů džungle.

Předpoklady „mravně hodnotitelného“ jednání, aneb co je třeba vzít v úvahu, než začneme nějaký čin soudit či posuzovat:

Jednání nelze nikdy hodnotit jen podle toho, zda odpovídá nějakému obyčeji či normě nebo zda za ním byly dobré úmysly. Je to vždy mnohem složitější, jelikož je možné provést objektivně dobrý čin se zlým úmyslem, ale zároveň také objektivně špatný čin s úmyslem dobrým. Na tomto místě by bylo příliš komplikované to rozebírat hlouběji, ale existují určité podmínky, které je třeba brát v potaz při jakémkoliv posuzování určitého jednání: jasnost poznání, užití rozumu, dobrovolnost a míra dané a užití svobody.

Hlavní body – pojmy k zapamatování:

Etika a morálka

Klíčová slova: Etika a morálka

Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

- 1) Co je to etika?
- 2) Co je to morálka?

Prostor pro odpovědi:

Cíl studia tématu: Diplomatický protokol a protokolární otázky

Diplomatický protokol je soubor pravidel, zásad a formálních konvencí využívaných při oficiálním společenském styku na mezinárodní úrovni. Zároveň také umožňuje vzájemnou komunikaci mezi státy. Předmět diplomatického protokolu je definován Vídeňskou úmluvou o diplomatických stycích a dalšími mezinárodními smlouvami. Do předmětu patří formy navázání diplomatických vztahů, ukončení činnosti diplomatické mise, forma zahájení a ukončení konzulární činnosti, pravidla oficiálních návštěv představitelů států v zahraničí, diplomatické přijetí, zásady mezinárodních konferencí a summitů, způsob uzavírání mezinárodních dohod a s tím souvisejících formalit, účast na činnosti v mezinárodních vládních organizacích, způsob předávání diplomatické korespondence, určování pořadí a přednosti, udělování řádů a vyznamenání, používání symbolů při ceremoniích a oslovování oficiálních osobností a státních představitelů. Mezi prvky diplomatického protokolu patří diplomatická ceremonie, diplomatická etiketa, diplomatické tituly, diplomatická korespondence a diplomatický šatník.

„Diplomatický protokol je tedy souhrnem všech forem společenských podniků a akcí, praktickým průvodcem při provozování a zúčastňování se těchto akcí a v neposlední řadě i příručkou jak v praxi uplatnit své teoretické znalosti společenského chování a vystupování“.

Diplomatická ceremonie je oficiálním veřejným aktem diplomacie. Zahrnuje veřejné státní ceremonie, státní pohřby, předávání cen a řádů, jmenování či převzetí oficiálních dokumentů a přijetí diplomatického zástupce (tedy předání pověřovacích listin hostícímu státu).

Diplomatická etiketa stanovuje pravidla, která jsou akceptovatelná pro každého pro snadnější fungování společnosti a diplomacie. Diplomatická etiketa přesně určuje, co se děje na společných setkáních státníků a jak je nutné se obléct na večeři s ambasadorem.

Diplomatické tituly představují hodnosti, které diplomatům přiděluje stát. Jsou stanoveny v diplomatických smlouvách a podle nich se požívají práva a pravomoci.

Diplomatická korespondence je zabezpečena zvláštní ochranou, která je dána mezinárodními smlouvami. Mezi diplomatickou korespondenci patří pověřovací odvolací listiny, deklarace a telegramy. Diplomatický protokol také stanovuje **diplomatický šatník**, tedy pro jaké diplomatické příležitosti musí mít diplomat konkrétní oblečení.

Hlavní body – pojmy k zapamatování:

Diplomatický protokol, protokolární otázky

Klíčová slova: Diplomatický protokol, Diplomatická ceremonie, Diplomatická etiketa, Diplomatické tituly, Diplomatická korespondence

Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

- 1) Co je to Diplomatický protokol?
- 2) Co je to Diplomatická ceremonie?
- 3) Co stanovuje Diplomatická etiketa?
- 4) Co představují Diplomatické tituly?
- 5) Co obnáší a jak je zabezpečena Diplomatická korespondence?

Prostor pro odpovědi:

Cíl studia tématu: Profesní etika, podniková kultura

Manažerská etika – etika a morálka, etické chování v organizaci, profesní etika, etika v manažerské praxi, institucionalizace profesní etiky, profesní etické kodexy, institucionalizace manažerské etiky, etický kodex manažera, společenská odpovědnost manažera, nejčastější případy porušování manažerské etiky, manažerská selhání.

Podnikovou kulturou rozumíme „vzorec základních a rozhodujících představ, které určitá skupina našla či vytvořila, odkryla a rozvinula, v rámci nichž se naučila zvládat problémy vnější adaptace a vnitřní integrace a které se tak osvědčily, že jsou chápány jako všeobecně platné. Noví členové organizace je mají pokud možno zvládat, ztotožnit se s nimi a jednat podle nich.

Morálka je skutečný projev individua či většího celku v oblasti morálních soudů, norem a pravidel jednání.

Etika se snaží o hledání a nalezení správného jednání, snaží se o nalezení toho, co máme „činit na základě svého rozumového vhledu a tedy v souladu se svým myšlením“.

Elementárním **cílem etiky** coby vědní disciplíny je zkoumání povahy, příčin, důsledků a podob morálky. Etika se dále snaží definovat optimální a skutečnosti přiměřené chování – zde nabývá svého normativního charakteru. Snaží se ukázat cestu a kritéria k nalezení optimálního jednání/chování, než aby dávala hotové, konkrétní a předem vypracované návody.

Etický problém – konflikt, který souvisí s oblastí morálky a u které známe jedno nejlepší řešení. U etického problému jsme schopni situaci řešit jednoznačnou odpovědí „**ANO/NE**“, přijetím rozhodnutí je pak problém s konečnou platností vyřešen.

Etické dilema – složitější podoba konfliktu, který nemá jedno nejlepší řešení. Tento typ konfliktu „má komplikovanější charakter“. Místo jednoznačné odpovědi stojí před rozhodnutím „**bud' anebo**“. V lepším případě volíme mezi větším a menším zlem. V případě složitějším nám jde o nalezení optimálního, byť těžkého rozhodnutí.

Důvody pro etické chování v podnikání

Zavádění etických principů usilujeme o kultivaci podnikatelského prostředí a tím udržujeme či rozvíjíme důležité hodnoty, které podporují fungování a rozvoj námi sledovaného systému. Mezi tyto hodnoty patří například důvěra, která snižuje transakční náklady a rozšiřuje možnosti podnikání. Zlepšením důvěry a dalších klíčových hodnot zvyšujeme sociální kapitál našeho podniku či celého systému.

Je zřejmé, že neetické chování se někdy vyplácí a naopak etické chování je někdy spojeno se závažnými podnikovými ztrátami. Pokud definujeme etické chování nejlepší dlouhodobou podnikatelskou strategií, máme tím na mysli, že v rámci dlouhého běhu a ve většině případů dává etické chování významnou konkurenční výhodu vůči podnikům, které se eticky nechovají.

Etické chování na všech úrovních (mikro-, mezo- i makroúrovni) znamená takové jednání, které je přiměřené dané situaci.

Efekty plynoucí z etického chování si nyní rozdělíme do dvou základních skupin:

- 1) efekt etického chování u samotného subjektu (podniku) implementujícího etického jednání
- 2) 2) efekt etického chování na celkový systém, ve kterém podnikatelský subjekt operuje.

Etické aspekty v personální a sociální dimenzi podniku

V rámci personální a sociální dimenze podnikání máme na mysli nejen jednotlivce či skupiny uvnitř podniku, ale také jednotlivce a skupiny vně podniku. V rámci lidského soužití dochází častokrát k situacím, které mají v lepším případě formu etického problému, v tom horším případě pak podobu etického dilematu. Např.:

- Jak se postavit k diskriminaci?
- Jaké formy diskriminace se mohou vyskytnout na pracovišti?
- Od kdy je možné hovořit o sexuálním obtěžování
- Jak se chovám ke své konkurenci a k dodavatelům?

Když lidé vědí, co je důležité pro jejich vůdce, následují je. Už jste se s tím možná setkali. Když CEO dostane návrh nového business plánu a zeptá se, "Je založen na etických principech a hodnotách podporujících náš růst" vrhnou na něho/ji kolegové nevěřící možná podezřívavý pohled. Poprvé, ale při další příležitosti již budou kolegové schopni na tuto otázku bez problémů odpovědět.

Důvěra, spolehlivost a etická kultura jsou tvořeny lídry. Lidé na všech úrovních jim musejí rozumět, musejí je slyšet a vidět. Zavádění vyspělé, etické výkonově orientované organizační kultury vyžaduje změnu tradičního přístupu.

Teoretickými východisky jsou progresivní trendy v teorii managementu 21. století, jeho orientace na budování kultury v organizaci informační společnosti (Facebook, Google, Apple, Microsoft, Eset aj.).

Jaké místo v povolání manažera zastávají osobní a korporátní hodnoty, jaké etické nástroje má k dispozici, aby jeho řízení a vedení bylo lidštější, etičtější a pro firmu (stakeholderů) přínosnější.

Nelze opomenout ani klíčový konflikt, který v řízení nastává, a to krátkodobý zisk versus etika.

Zahraniční trendy (teoretické a praktické) naznačují, že manažer v globalizované budoucnosti má vynikat nejen osobnostními, interpersonálními a řídicími kvalitami, ale i přirozenou autoritou, jejíž charakteristickými rysy jsou odpovědnost a etická vyzrálost (Ethical leadership, Virtuous manager).

Podnikatelská etika se snaží o nalezení správného, skutečnosti přiměřeného chování podnikatelských subjektů.

V případě celospolečenského efektu etického chování jsou přínosy zřejmé a vždy pozitivní. Etické chování coby chování skutečnosti přiměřené napomáhá ke snižování negativních dopadů a zároveň vytváří předpoklady pro trvalé a produktivní fungování hospodářství.

Pro společnost je tedy vždy prospěšné, když podniky jednají eticky a odpovědně.

Hlavní body – pojmy k zapamatování:

Podnikatelská a manažerská etika

Klíčová slova: Podnikatelská a manažerská etika

Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

- 1) Jak je tomu však v případě samotného podnikatelského subjektu?
- 2) Vyplatí se podniku etické chování vždy a za všech okolností?
- 3) A je vůbec vhodné podnikatelské subjekty pobízet k etickému chování?
- 4) Nepřináší jim etické chování v konečném důsledku více škody než užitku?

Prostor pro odpovědi:

Cíl studia tématu: Společenská pravidla - Muž a žena ve společenské etiketě.

Pro správné představování je nejprve potřeba osvojit si identifikaci osob podle jejich společenské významnosti. Za osoby společensky významnější se považuje žena, osoba starší, nadřízený, či VIP (představitelé států, společenské a kulturní sféry apod.). Osobami společensky méně významnými se pak rozumí muž, osoba mladší, podřízený, v závislosti na situaci (v rámci pracovního prostředí může být žena méně společensky významná než muž, pokud jde o vztah podřízená – nadřízený).

Pokud se však tito dva setkají mimo kancelář při soukromé příležitosti, jazýčky pomyslných vah významnosti se převáží ve prospěch ženy. Muž, i když v profesním životě nadřízený, by si to měl vždy uvědomovat a galantním způsobem dát ženě její důležitost najevo. Pokud tak učiní, jeho váženost v očích ženy stoupne, a to jak v osobním tak profesním měřítku.).

Poté již stačí zapamatovat si jednoduché pravidlo, které zní: „Vždy se představuje osoba společensky méně významná osobě významnější.“

Umění představování vyžaduje určitou dávku přirozené empatie a galantnosti. Pokud si nejste jisti, že oplýváte přemírou některé z uvedených vlastností, pak je vhodné mít na paměti následující: představení se je důležitým momentem pro navázání vztahu a případného dalšího kontaktu.

Proto než trapné rozpaky je lepší představit se jako první. Pokud totiž váš společník bude shodně jako Vy na rozpacích, ulehčíte mu v nejisté situaci a o to více si Vás bude vážit. V případě, že Váš protějšek sice bude znalý etikety, ale v daném okamžiku společensky méně významný, pak mu svým aktem pouze vyjádříte více důležitosti, než mu právě přísluší, ale tím spíše naopak Vy stoupnete v jeho očích a bude si Vás opět více vážit.

Každý se rád cítí důležitý, a pokud lidem ve svém okolí umožníte, aby se tak cítili, budete u nich oblíbení a budou si Vás vážit. A jako s takovými s Vámi budou rádi jednat a snažit se vám vyjít vstříc. To platí o zaměstnancích, podřízených, stejně jako obchodních partnerech.

Po představení je daleko snazší navázat kontakt a rozvíjet konverzaci. Dvojnásob to platí ve společnosti, která je již zaběhlá. Bez představení se nově příchozí osoba může cítit velmi trapně až odstrčeně. Kdykoli tedy jste součástí společnosti, která je v živém hovoru, a připojí se k Vám osoba, kterou znáte, ale ostatní ze skupiny nikoli, je na Vás, abyste předešli hrozícímu faux pas a nově příchozí náležitě představili. Nejenže jí etiketa opravňuje to od Vás očekávat, dáváte tím najevo svůj vysoký morální kredit a představované osobě zároveň vyjadřujete, že je pro Vás důležitá. Ta Vám to jistě brzy vrátí v podobě vděčnosti a váženosti, ve které Vás bude chovat (opět platí bez rozdílu nejen o zaměstnancích, podřízených i obchodních partnerech). Pokud vzájemně představujete partnery, kteří se neznají, je přitom vhodné uvést pár doplňujících informací, které se mohou stát společným tématem jejich následného rozhovoru. Projevíte tak svou znalost etikety a obratnost ve společenském styku, ale především tím osobám, které se ještě před okamžikem neznaly, ulehčíte navázání konverzace.

Ve společnosti je vždy významnější žena, starší člověk, nadřízený. Těm všem je věnována ve společnosti patřičná pozornost, jim prokazujeme úctu a dáváme přednost.

- 1) Společensky významnější podává ruku jako první.
- 2) Žena, společensky významnější, usedá jako první. Společenská pravidla mají leckdy svůj původ v potřebě zajistit významnějším osobám pocit bezpečí. Proto jde do schodů i ze schodů muž vždy níž, aby mohl poskytnout ženě nebo staršímu oporu. Tak tedy přednost má vždy žena, starší, nadřízený.
- 3) Společensky významnější dáma vstoupí do dveří jako první.
- 4) Muž nikdy nenechá ženu zvedat spadlý předmět.

Společensky významnějším lidem, ženám, starším, nadřazeným, ale i hostům prokazujeme úctu také tím, že jim ve společnosti přenecháváme čestnější místo, a to je vždy po naší pravici.

Tak tedy přednost má vždy žena, starší a nadřazený.

Ale co když se setkáme se všemi najednou?

Společensky nejméně významný může být i pan ředitel, když je mladší a je muž. Věk je relativní. Jako první půjde tedy do dveří žena, za ní bude následovat starší pán a jako poslední půjde pan ředitel. Někdy prostě není jasné, kdo je společensky významnější, ale pátrat po tom rozhodně nebudeme. Trapné rozmýšlení, komu dát přednost, je horší než rychlé, pohotové a přátelské řešení, byť je jakékoli.

Hlavní body – pojmy k zapamatování:

Společenská pravidla - Muž a žena ve společenské etiketě.

Klíčová slova: Společenská pravidla, muž, žena, společenská etiketa.

Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

- 1) Kdo se představuje jako první?
- 2) Kdo podává ruku jako první?
- 3) Kdo je považován za významnou osobu?

Prostor pro odpovědi:

Cíl studia tématu: Tykání, vykání, tituly a titulování, konverzace

Tykání - je v některých jazycích způsob oslovování jedné osoby pomocí 2. osoby jednotného čísla (ty). Tykání je v mnoha společnostech považováno za důvěrné, neformální a v mnoha situacích a společenských vztazích nepřijatelné.

K vyjádření formálnosti, společenského odstupu či úcty, zejména při jednání s cizími, staršími či společensky významnějšími osobami se jako protiklad k tykání v češtině používá vykání (oslovování jednotlivého člověka v 2. osobě množného čísla, vy).

V některých jiných jazycích, např. němčině, se obdobně využívá onikání (oslovování ve 3. osobě množného čísla, oni), případně dalších jazykových prostředků.

V češtině s tykáním souvisí i volba neformálního pozdravu (nazdar, ahoj, čau). Při vykání se používá formální dobrý den a na shledanou.

Při tykání se též zpravidla oslovuje křestním jménem či přezdívkou. Oslovení pane, paní je formální a obvykle se používá jen při vykání.

Vykání - je oslovování jedné osoby pomocí množného čísla (tj. užívání 2. osoby množného čísla místo 2. osoby jednotného čísla, v některých jazycích, např. v němčině a archaické češtině se užívá 3. osoba množného čísla, tzv. onikání), čímž se dané osobě prokazuje úcta. Vykání neznámým osobám se v češtině považuje za zdvořilé, tykání neznámé osobě naopak za urážlivé.

Oslovení:

Pokud oslovení obsahuje identitu (jméno, titul, případně pozici nebo hodnost) osoby, s níž se chystáme zahájit komunikaci, ale také náš vztah k ní (vyjádřený např. vykáním nebo tykáním). Oslovujeme vždy 5. pádem (vokativem), tedy „pane Horáku“. Použijeme-li k oslovení „pane Horák“ či dokonce „pan Horák“, svědčí to o našem nedostatečném vzdělání.

Oslovování jménem:

Hlavním stavebním kamenem oslovení je jméno našeho partnera v komunikaci. Na své jméno je každý náležitě pyšný, jeho zkomolení je proto výrazným prohřeškem. To samozřejmě platí i pro jména, která se nesnadno pamatují či vyslovují. V takovém případě bychom si měli jméno našeho společníka předem dobře nacvičit (pokud máme k dispozici jeho vizitku), v případě osobního kontaktu zdvořile požádat o zopakování jména, kterým si nejste jisti. Pokud se svého protějšku zeptáte: „Promiňte, rozuměl jsem správně...“, pak jednak předejdete potenciálnímu faux pas, a zároveň projevíte upřímný zájem chovat vašeho partnera v úctě. Od nositelů jmen, která nejsou příliš běžná, se naopak očekává, že spolu s vyslovením svého jména nabídnou protistraně také svou vizitku, aby ji zbytečně nevystavovali nepříjemným situacím.

Tituly a funkce:

Vedle jména slouží k označení identity osoby, kterou oslovujeme, také tituly a funkce. Jejich použití se liší v jednotlivých státech i podle společenské příležitosti. U titulů platí, že užijeme ten nejvyšší dosažený (tedy ten nejvzácnější), abychom projevíli jeho nositeli maximální úctu. K oslovování používáme vždy jen tituly, které se píšou před jménem, tituly uváděné za jménem nepoužíváme.

Pokud má náš partner uveden svůj titul na vizitce, deklaruje tím, že si na něm zakládá, proto jej také k jeho oslovení použijeme. U používání funkcí v oslovení platí analogie s tituly. V řadě společností se prosazuje oslovování jménem nad tituly či funkcemi. V těch konzervativnějších se jedná o příjmení, tj. „paní Horáková“, které je obvykle doprovázeno vykáním. Naopak k oslovování křestním jménem, zejména ve spojení s tykáním, se často přiklání společnosti, které podporují týmového ducha v americkém stylu. Mezi těmito dvěma póly pak existuje ještě varianta oslovování křestním jménem ve spojení s vykáním. Je jakousi střední cestou a slouží k vyjádření vřelého či přátelského vztahu při současném prokázání úcty a váženosti osobě, kterou oslovujeme. Tuto variantu oslovení může zvolit dokonce i osoba, která je méně společensky významná (např. muž k oslovení ženy), avšak jen pokud si je dostatečně jistá, že se tím svého partnera v komunikaci nedotkne.

Oslovování žen:

Na závěr ještě pozor při oslovování žen – ženu vždy oslovujeme paní, ať již ve spojení se jménem, titulem, či funkcí. V obchodním i jakémkoli společenském styku tímto výrazem neoznačujeme její rodinný stav, tj. zda je žena svobodná či vdaná, ale prokazujeme jí tak náležitou úctu a váženost.

Označení slečna se používá jen pro skutečně velmi mladé dívky, nebo pro ženy, které to výslovně vyžadují.

Hlavní body – pojmy k zapamatování:

Tykání, vykání, tituly a titulování, konverzace

Klíčová slova: Tykání, vykání, tituly a titulování, konverzace

Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

- 1) Jaké jsou zásady tykání?
- 2) Jaké jsou zásady vykání?
- 3) A jak je to s oslovováním?
- 4) Jak oslovujeme ženy?

Prostor pro odpovědi:

Cíl studia tématu: Role hostitele a hosta, pozvání na společenskou akci

Host a hostitel

Uzavřenější rodina, která se vyhýbá společenským kontaktům, nemůže zůstat naprosto izolována. Jednoho dne se stane, že přijde návštěva.

Host do domu, Bůh do domu. Role hostitele, ale také hosta, mají svá pravidla.

Hned na počátku je nutné zdůraznit, že přijít na návštěvu neohlášen je nezpůsob a nevychovanost. Můžete si to dovolit pouze k členům rodiny a k opravdu nejbližším přátelům, I tak se vystavujete riziku, že budete po chvíli taktně vyprovozen.

Návštěvě by mělo vždy předcházet buď pozvání, nebo ohlášení. Vyvarujete se tak možnosti, že přijdete opravdu nevhod a přivedete navštívenou oběť do trapné situace.

Hostitel je povinen přivítat a přijmout návštěvu vždy. I na neohlášeného hosta se vlídně usmívá, základem zdvořilosti je sebeovládání. Neprohřeší se ovšem proti společenským pravidlům, když po chvíli vysvětlí situaci, případně dohodne jiný termín návštěvy a hosta vyprovodí. Nebrání-li tomu závažné okolnosti, pohostí i nezvaného hosta.

Hosta vítáme již ve dveřích stiskem ruky. Otevře-li někdo jiný, než hostitel nebo hostitelka, je povinností hosta představit se a vysvětlit účel návštěvy. Hosta nenutíme přezouvat se do bačkor. Ovšem ohleduplný host, který právě prošel zabláceným sídlištěm, si zuje boty sám. Nikoli v chodbě domu, ale v předsíni. Nejen proto, že by mohl boty někdo ukrást. Tento sídlištní zvyk je prosté nevkusný.

Do místnosti vstupuje host první, na dveře neklepe. Uvádíme-li do bytu větší společnost, platí pravidlo společenské významnosti. Poslední z žen jde hostitelka, následují ji pánové, hostitel průvod uzavírá.

Návštěvě nabídneme místa, nejdříve usedají dámy, hostitelka a hostitel naposled.

Pohoštění nevnučujeme návštěvě ihned po příchodu. Také hned neodbíháme, abychom je připravili. (Pro ohlášenou návštěvu máme vše podstatné připravené předem.) Smyslem návštěvy není přece obložit pouze zažívací orgány, ale především duši. Teprve po navození patřičné atmosféry věnujeme se gastronomickým požitkům.

Obvykle jsme předem domluveni, o jaký typ návštěvy se jedná. Je vhodné upřesnit to již při pozvání. Když jsme pozvali přátele nebo známé „na kus řeči“, zcela stačí studené pohoštění. Možnosti jsou mnohé, záleží na naší fantazii a také finanční situaci. Naši pohostinnost nedokazujeme ani tak přílišnou nákladností a hojností, ale péčí a nápaditostí, kterou přípravě pohoštění věnujeme. Opravdu slušně vychovaný člověk se vyznačuje citem pro „správnou míru“.

Ani při pozvání na oběd či večeři neženeme hosty okamžitě ke stolu. Vždy si dopřejeme krátkou předeheru ve formě nezávazné konverzace. (Závažnější a podstatnější témata si necháme na později.) Pravidlo „předehry“ před jídlem platí i při oficiální příležitosti. Po příchodu je hostům mimo tabuli podáván aperitiv.

Ke stolu se usedá asi po dvaceti minutách. Má to svůj smysl, neznámí se mají možnost představit, aperitiv začne zatím působit a taky je umožněno, aby hlavní, nejvýznamnější host se dostavil až poslední.

Při nabízeném pohoštění se host zbytečně „neupejpá“, ale také nedokazuje hostitelům, že na jídlo u nich se opravdu těšil, a proto delší dobu nejedl. Jsme-li k obědu či večeři při návštěvě pozvání neočekávaně, můžeme přijmout. (Ale zvážíme, zda pozvání není pouze vynucené okolnostmi, zda svou přítomností nenarušujeme běžný chod rodinného života.) Nenecháme se v žádném případě přemlouvat, a jestliže odmítneme, okamžitě odejdeme. Nikdy neodcházíme ihned po jídle,

Dobu trvání návštěvy nelze jednoznačně určit. Měla by se vyhnout extrémům, Příliš krátká by měla být předem, již při příchodu, zdůvodněna, dlouhé vysedávání je neslušné. Ohleduplnost nám pomůže vycítit, kdy je ta pravá chvíle odejít, Jestliže jsme ji propásli, je hostitel ve velmi nevýhodné situaci, protože pravá slovanská pohostinnost mu velí setrvat s návštěvou až do bezvědomí. Jestliže už delší dobu

mluvíte pouze sami a hostitelka se čas od času zmůže pouze na prohlášení „Nechce ještě někdo kávu?“, pak už, prokazatelně překážíte (nedejte se zmýlit ani strnulými úsměvy).

Hostitel je povinen zajistit hostovi pohodlí a příjemné prostředí. Z tohoto hlediska vážíme i přítomnost dětí. Je vhodné představit je návštěvě (učíme je tím pravidlům společenského styku). Společníky nám ovšem mohou děti dělat jedině tehdy, jestliže se chovat umějí. Jsme-li zastánci liberální výchovy a máme dojem, že svět dětí je nedotknutelný a nemáme se znásilňovat konvencemi, pak je raději zaženeme do dětského pokoje, a své hosty před nimi chráníme. Dobře i zvážíme, nakolik naše přátele mohou zajímat rozmanité „kulturní vločky“ našich nadaných ratolestí, jejich poslední vysvědčení a další roztomilosti.

Při odchodu hostitel pomůže návštěvě do kabátů a doprovodí ji ke dveřím. Vzájemný stisk ruky a slova rozloučení jsou definitivním signálem k odchodu. Nezdržujeme se již navzájem postáváním u vchodu. Dveře si host otevírá sám. Osamělé dáme nabídneme večer doprovod, Mělo by být samozřejmostí, že odchází natolik včas, že městská doprava je ještě k dosažení.

A ještě pár obecnějších pravidel, Zveme-li větší společnost na mejdan či party, dbáme na to, aby šlo o společnost sourodou. Je naší povinností dbát, aby nikdo ve společnosti nezůstal izolován. Ke všem hostům se chováme stejně zdvořile, nevyznamenáváme nikoho, svou zvláštní pozorností.

Host by nikdy neměl přijít s prázdnýma rukama, stačí maličkost, pro ženu jsou nejvhodnější květy.

Pozvání k přátelské návštěvě je nutné oplácet. Nemáme-li k dispozici odpovídající prostředí, snažíme se revanšovat náhradním řešením - opatříme lístky do divadla, do kina apod.

Host neděkuje za pohoštění, ale za příjemně strávený čas.

Mít své přátele znamená nebýt sám, ale umět žít ve společnosti ostatních. Co se od Vás očekává? Každopádně vlídné přijetí Vašich hostů a pohostinnost. Nebudeme si odporovat pokud, použijeme tvrzení, že v dnešní době se často těžší, ať už v soukromém nebo pracovním životě, z dobrých kontaktů a přátelských vazeb. Úspěch jednotlivce se často počítá již od množství kontaktů a známostí. Člověk společenský se zkrátka vyzná.

DOBRÝ HOSTITEL JE OBLÍBENÝ

Nebojte se proto být dobrým hostitelem. Dobrý hostitel je vždy dobře zapsán v očích ostatních. Jeho přítomnost je vyhledávána, jeho osobnost často zmiňována. Dobrý hostitel je všude vítán, neboť každý předpokládá, že přátelství, které mu věnuje, se v příjemné formě vrátí. Dobrý hostitel je prostě oblíbená osoba. Umí být přátelský, pohostinný, vtipný. Nezapomíná na detaily, umí se postarat o atmosféru a krásné pocity ostatních.

DOBRÝ HOSTITEL JE KREATIVNÍ

Oslava, která má navíc dobrého hostitele, je opravdu nezapomenutelným zážitkem. Dávno už neplatí, že dobrý hostitel se postará o táč chlebíčků a láhev dobrého vína. Dnešní trend je setkávat se nejen u stolu s dobrým jídlem. Každý se většinou chce i pobavit, případně zasportovat, zkusit si i něco nového...Párty a každá oslava má proto téměř neomezené možnosti. Může probíhat v zajímavém netypickém prostředí. Hostům se nabízí rozličné formy zábavy. Oslava může být tematicky zaměřena (Hawai party v letních kostýmech, středověká atmosféra s obsluhou v dobových kostýmech s náznaky historie v průběhu celé oslavy, vodní slavnosti, sportovní a rodinné dny, dětské party, outdoorové firemní akce atp. Hostům můžeme, nabídnou téměř vše od mobilních atrakcí, neobvyklých sportů, adrenalinových zážitků až po barmanská a laserové show, ohňostroje a jiné podívané.

DOBRÝ HOSTITEL JE SCHOPNÝ ORGANIZÁTOR

Pokud chceme být dobrým hostitelem, jsme na podobné potřeby svých hostů připraveni. Máme organizační talent a umíme si zajistit případné kontakty, které při

samotné přípravě „skvělé party“ budeme potřebovat. Víme, že dobrý hostitel jako první uvažuje, pro jaký typ lidí je party určená a od toho plánuje její styl. Akce určená pro obchodní partnery bude podléhat přísnějším pravidlům a bude náročnější na přípravu. Zde se nevyplatí moc improvizovat a v tomto případě je mnohem lepší obrátit se na renomovanou cateringovou firmu, která má dostatek zkušeností a nápadů.

DOBŘÍ HOSTITEL SE PŘIZPŮSOBÍ KAŽDÉ AKCI

Naopak např. dětská party je pro kreativní hostitele přímo stvořená. Děti se nespokojí s málem a v tomhle ohledu „maminky hostitelky“ dosahují velkých pokroků. Party pro děti často má motiv. Holčičky preferují Party ve stylu známých oblíbených postav Barbie, čarodějek Witch nebo lze zvolit i obecnější „květinovou party“, „vodní party rusalek a divoženek“. „kouzelnický bál“, „party pro hospodyňky a kuchařky, kde si děti převážnou část občerstvení sami připraví a nakonec na slavnostně prostřenou tabuli, i zkonsumují ... Kluci zase preferují Party v duchu „kouzelníka Harry Pottera“, „pirátské party“, „party v duchu středověkých rytířů“, „sportovní fotbal party“, „western party“, kde si zahrají na kovboje a indiány a podobně. Zde se opravdu fantazie může zapojit ve všech směrech. U tematicky zaměřených oslav by se téma akce mělo objevit ve výzdobě, v oblečení dětí, ve zvoleném občerstvení i v samotných hrách na party.

NEZAPOMEŇTE NA PROFESIONÁLNÍ ODSTUP A ZDVOŘILOST

Vždy se při podobných akcích vyplatí, chovat se jako profesionál. Není vhodné posilněn skleničkou vína uhánět nadřizeného o vyšší plat nebo se příliš uvolnit a zbavovat se pracovního přetížení právě na tomto večírku. Přesto nebuďte nudný společník. Klidně si večírek užijte. S kolegyněmi neflirtujete příliš, ale ani málo, tzn., že není přečinem říci své spolupracovnici, že jí to velmi sluší.

Hlavní body – pojmy k zapamatování:

Hostitel, host

Klíčová slova: Hostitel, host

Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

- 1) Jaké jsou povinnosti hosta?
- 2) Jaké jsou povinnosti hostitele?

Prostor pro odpovědi:

Cíl studia tématu: Jak se chováme k hotelovým hostům

Jak se chováme k hostům

Ruku na srdce, kdy jste naposled měli možnost osobně **hovořit s hosty** a poučit se z tohoto setkání? Kdy jste byli přítomni jednání vaší recepce při příjezdu hostů nebo při dotazování na doporučení v souvislosti s jejich pobytem? Kdy jste naposledy seděli „jako host“ u hotelové snídani a pozorovali chování vašich hostů? Nebo, kdy jste zkusili na vlastní kůži **přidanou hodnotu** vašeho zařízení – wellness centra, sportovního nebo relaxačního vybavení, lobby baru či noční vinárny? Pokud si odpovíte, že to není tak dávno a že jste na základě vlastní zkušenosti vylepšili to a ono, pak klobouk dolů!

Je ale bohužel mnoho těch, kteří si na podobnou činnost už ani nevzpomenou a hledají pro sebe „důvod“, proč tuto jednu ze základních hoteliérských činností nevykonávají. A odpověď, že už to mají za sebou, není odpovědí, spíše výmluvou.

V současné těžké době, každý z nás, kdo poskytuje služby, si musí uvědomit, že **klient** je ten, kdo nám přináší **tržbu** a potenciální další klienty. Našich hostů si musíme vážit, poskytnout jim služby na úrovni, ideálně nadstandardní služby nad jejich očekávání. A mnohdy jsou to služby, které nás nestojí žádné finanční náklady, jen slušné a uctivé chování, úsměv, pozdrav, radu a vstřícné jednání.

Je až s podivem, kolik zařízení doslova **hazarduje** s věrností svých klientů. Na jedné straně vynakládají obrovské úsilí a finanční prostředky na získání zákazníků, ale na druhé straně díky „úsporným opatřením v oblasti lidských zdrojů“ přichází o své těžce získané klienty. Zamysleli jste se nad loajálností svých zaměstnanců? Vyzkoušeli jste jejich ochotu k zákazníkům a jejich znalosti? Zase otázky – jaké máte odpovědi?

Celý úvod s otázkami směřuje k jednoznačnému cíli – musíme si uvědomit, že klient očekává **profesionální** jednání a vystupování a něco, co jej překvapí. Ved'te svůj personál k tomu, aby se k hostovi choval tak odpovědně, jakoby zařízení, v kterém

pracuje, bylo jeho vlastní. Naučte jej, aby se k hostovi choval tak, jak by si sám přál, aby se host choval k němu. A pak už je jen krůček k tomu, aby naše služby byly vždy perfektní a nad očekávání. Je to cesta k **opakovaným** návštěvám klientů, jejich chuť a vstřícnost prezentovat naše zařízení svým známým a kolegům. Z vašich klientů se stanou bezplatní nosiči vaší reklamy, dalo by se říci, že i ti nejspolehlivější. Vždyť co je více než vlastní dobrý prožitek a možnost podělit se o něj. Ne nadarmo se internetové stránky prolínají osobními zkušenostmi hostů, tak povzbudte své klienty ke stejným praktikám jak na internetu, tak ve společnosti známých.

Tak s chutí do další práce, zahodte chmury nad neustálými zprávami o krizi a přidejte na ochotě, službách a nabídkách. Uvidíte, že se vám to vyplatí.

Hlavní body – pojmy k zapamatování:

Chování k hostům

Klíčová slova: host

Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

1) Jak se chováme k hostům?

Prostor pro odpovědi:

Cíl studia tématu: Komunikace, rétorika, asertivita

V dnešní době, kdy technologie v podstatě ovládly naše životy, již není nezbytně nutné, aby se dva lidé setkávali za účelem projednání pracovních záležitostí, osobně. Nejrozšířenější formou komunikace v rámci pracovního procesu je zřejmě komunikace telefonická. I ta, jako všechny formy lidského dorozumívání, ať už se jedná o řeč nebo písemnou komunikaci, kde je žádoucím cílem předat prostřednictvím komunikačních kanálů informaci od zdroje k vysílači, má svá pravidla a zákonitosti. Tato pravidla by měla být dodržována, chceme-li se komunikace aktivně účastnit a zprávu skutečně předat rychle, nezkomoleně a co nejefektivnějším způsobem. Telefonická komunikace není jen o správné artikulaci a snížené srozumitelnosti, kde hrají závažnou roli i vnější vlivy v podobě ostatních hlasů, šumu nebo nemožnosti komunikovat i na jiných úrovních, jakými jsou například gesta nebo výraz tváře, důležitá je etiketa.

Tato životně důležitá potřeba člověka si zaslouží speciální pozornost. Nezáleží na tom, jakým způsobem se informace přenáší od zdroje. Ať už je to vokálně, za použití hlasu, písemně, v tištěné nebo digitální verzi, vizuálně, za užití symbolů nebo obrazů, neverbálně, při uplatnění řeči těla, gest nebo tónu hlasu, cíl je vždy jen jeden. Podat co nejméně zkreslené a myšlenkám nejvíce se podobající poselství tak, aby mezi dobou odeslání a dobou příjmu nebyla velká časová prodleva. K rozvíjení **komunikačních dovedností**, z nichž některé jsou člověku dobře známé a jiné mu jsou k jeho škodě zatím stále skryty, slouží množství cvičení, kurzů, workshopů a návodů.

Komunikační dovednosti si dovoluji označit jako základ a nejdůležitější součást měkkých dovedností. Pokud člověk ovládá umění komunikovat, je ve většině případů i dobrým týmovým spolupracovníkem nebo vedoucím. Umí efektivněji řešit problémy, řídit projekty i sám sebe.

Komunikace

Samotné slovo komunikace má více významů, v této práci se budu zabývat pouze sociální komunikací, tedy komunikací, která probíhá mezi dvěma nebo více lidmi.

Základní požadavky na komunikaci jsou zřetelnost, stručnost, správnost, úplnost a zdvořilost. Lidé spolu komunikují vždy za nějakým účelem. Takový účel může být například výměna informací, ovlivňování chování lidí nebo ovlivňování mezilidských vztahů mezi jedinci i k vlastní osobě.

Každá komunikace má nějakou funkci, ty se mohou i kombinovat. Základní komunikační funkce jsou informativní, poznávací, instruktivní, vzdělávací a výchovná, osobní identity (ujasnění si svého já, svých postojů, názorů, sebevědomí a ambicí), socializační a společensky integrující, přesvědčovací, posilující a motivující, zábavná, svěřovací a úniková (odreagování se od starostí, shonu). Komunikace ovšem není vždy jen pozitivní a přínosná, má i své negativní projevy. Mezi takové projevy patří například pomluvy a fámy, lhaní, manipulace, agresivita, dezinformace atp. Důležité není jen to, co říkáme, ale i to, jak to říkáme. Pro úspěšnou komunikaci se potřebujeme umět vžít do ostatních lidí a získat si jejich důvěru.

Schopnost **prezentovat** své názory, poznatky nebo objevy jasně, efektivně a přitom poutavě je klíčovou dovedností, bez které se neobejdete, pokud dnes nechcete, aby váš hlas a s ním názor, který zastáváte, utichnul ve zvěti informací.

Prezentační dovednosti jsou nepostradatelné téměř pro každého, existuje jen málo oblastí lidského působení, kde se bez nich obejdete. Nenechávejte věci náhodě, improvizace má jistě své kouzlo, ale pečlivě připravená **prezentace** strukturovaná tak, aby informovala, předala publiku část z vás, vaše názory a pohledy na konkrétní věc, nadchla a inspirovala je k nezaplacení. Ať už jste studentem, administrativním pracovníkem, manažerem nebo výkonným ředitelem, chcete-li předat informaci o grantu, podnikatelském plánu, výsledcích výzkumu nebo svých nejlepších vlastnostech korespondujících s požadavky na vedoucí pozici ve firmě, budete druhou stranou pravděpodobně požádáni, abyste vypracovali **prezentaci**.

Rétorika je umění řečnické, schopnost mluvčího nejen informovat, ale i přesvědčovat, motivovat a přitáhnout ve specifické situaci konkrétní skupinu posluchačů. V západní tradici je rétorika často spojována s antickým vlivem Aristotelovým, který ji definoval jako protipól logiky a politiky.

Rétorika obvykle zahrnuje nutnost porozumění, nadšení pro objevování a schopnost vytváření argumentů, které lze použít v konkrétní situaci.

Principy rétoriky lze samozřejmě uplatnit i ve slově psaném, nejen v tom mluveném. Tam se ale uplatňují ještě trochu jiná pravidla, aby byl účinek slov užitých autorem maximální.

Rétorika byla od starověku až po devatenácté století součástí základního vzdělání. Z dobrého důvodu. Ten, kdo umí vyjádřit své myšlenky a nadchnout pro ně ostatní, má cestu k úspěchu zaručenou. Schopnost prodat svůj nápad za pomoci slov by měla být rozvíjena v jakémkoliv věku a to v komerčním i nekomerčním prostředí. Této schopnosti se říká asertivita.

Asertivita je schopnost neagresivní cestou prosadit vlastní názor, postoj, stanovisko nebo zájem. Jedná se o důležitou složku komunikace, protože přesvědčit ostatní o svém názoru není jednoduché. Asertivita se stala předmětem mnoha příruček a školení vedoucích k sebezdokonalování, rozvoji osobnosti a komunikačních dovedností. Do češtiny se asertivita často překládá jako „sebeprosazení“ a toto prosazení sama sebe, svých myšlenek, nápadů nebo pohledů na svět je možné uplatnit v mnoha oblastech lidského života, ať už se jedná o sféru obchodu, kde asertivita pomáhá při komunikaci s klienty nebo obchodními partnery či v osobním a partnerském životě. K rozvíjení schopností asertivního chování slouží **množství** tréninků. Autorem jedné z metod, který se přímo nazývá asertivním tréninkem, je Američan Andrew Salter. Metoda učí, jak reagovat spontánně, přiměřeně na úrovni emocí a jak si stát za svým. Cílem této metody je rychle rozpoznat manipulativní chování a nenechat se vtáhnout do hry, jejíž pravidla nemůžete ovlivňovat.

Asertivita je důležitou schopností člověka prosazovat své názory, přání nebo stanoviska neagresivní cestou a je vysoce ceněna všemi účastníky mezilidské komunikace. Jedná se svého druhu o umění, které předpokládá, že si asertivní

účastník komunikačního procesu bude stát za svým a přiměřeným emocionálním projevem a vhodným jednáním s ostatními nenásilnou formou dosáhne svých cílů.

Manažeři, obchodníci, vyjednaváči, pracovníci služeb, výroby i neziskového prostoru musí z pozice své profese hájit zájmy své nebo společnosti, kterou zastupují a prosazovat tak svá přání. Nežádoucím by v jejich případě byla situace, kdy by se protistranou nechaly vmanipulovat do rozhodnutí, s nimiž nesouhlasí, ale protože nedokážou říci ne, podvolí se jim. Dosáhnout svých cílů vlastním přičiněním a nikoliv na úkor jiných se zdá v dnešní uspěchané době, kdy kariéra a její úspěšné budování hrají hlavní roli, téměř nespílitelným úkolem. Ovšem ovládnete-li schopnost asertivního jednání, náhle zjistíte, že nic není nemožné

Hlavní body – pojmy k zapamatování:

Komunikace, rétorika, asertivita

Klíčová slova: Komunikace, rétorika, asertivita

Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

- 1) Co je to komunikace?
- 2) Co to jsou prezentační dovednosti?
- 3) Co je to rétorika?
- 4) Jakou schopnost má asertivita?

Prostor pro odpovědi:

Cíl studia tématu: Zvládnutí „faux – pas“

Faux pas - (francouzsky špatný krok) je označení situace, kdy někdo poruší všeobecně přijímaná (byť třeba nepsaná) pravidla společenského chování či dobrých mravů, obvykle tak, že o tom ani neví. Výraz je široce rozšířen po celém světě, ovšem jeho obsah se v pojetí různých kultur, sociálních vrstev, společností a míst liší. Za faux pas se ale považují i jiné situace. Například když je ve společnosti bezelstně řečeno něco, co mělo zůstat utajeno, nebo nevhodné oblékání dotyčné osoby pro určitou situaci. Např. pokud muž vstoupí do kostela, aniž by sňal pokrývku hlavy, dopouští se faux pas, avšak faux pas se dopustí také tehdy, když vejde bez patřičné pokrývky hlavy do synagogy. Znalost etikety, čili souboru obecně přijímaných zásad společenského a obchodního styku, pomáhá odhadnout očekávání protistrany, a tak zároveň usnadnit jejich naplnění. Zároveň je dodržování pravidel etikety důležitým předpokladem slušného chování.

Je potřeba se zamyslet nad tím, kdy naposledy vás někdo překvapil svou nepřiměřenou reakcí na váš čin či prohlášení, které jste vy sami považovali za naprosto nevinné. Pravděpodobně se vám vybaví alespoň jedna situace, ze které jste si odnesli jisté rozčarování nad jednáním protistrany. Podobná faux-pas se dějí poměrně často a zpravidla mají společného jmenovatele – rozdílná očekávání komunikujících stran. A právě při sblížení vzájemných očekávání hraje jednu z důležitých rolí etiketa.

Hlavní body – pojmy k zapamatování:

„Faux pas“

Klíčová slova: „faux pas“

Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

- 1) Co je to „Faux pas“?
- 2) Uveďte nějaké příklady „Faux pas“...

Prostor pro odpovědi:

Cíl studia tématu: Podnikatelská etika

Podnikatelská etika se snaží o nalezení správného, skutečnosti přiměřeného chování podnikatelských subjektů.

Dříve než rozvineme jakékoli úvahy o konkrétních metodách a nástrojích podnikatelské etiky, je nutné si zodpovědět elementární otázku: Proč vůbec podnikat eticky a odpovědně? Bez opodstatněné, legitimní odpovědi na tuto otázku totiž stojí jakékoli další analýzy a rozborů na velmi křehkých základech. Jednoduše: potřebujeme mít **know-why**, které se stane pevnou základnou pro budování **know-how**.

V případě celospolečenského efektu etického chování jsou přínosy zřejmé a vždy pozitivní. Etické chování coby chování skutečnosti přiměřené napomáhá ke snižování negativních dopadů a zároveň vytváří předpoklady pro trvalé a produktivní fungování hospodářství. Takové hospodářství dbá na všechny důležité složky, tj. ekonomickou, sociální i environmentální dimenzi společnosti. V konečném důsledku je tak maximalizován celkový užitek společnosti.

Pro společnost je tedy vždy prospěšné, když podniky jednají eticky a odpovědně. Jak je tomu však v případě samotného podnikatelského subjektu? Vyplatí se podniku etické chování vždy a za všech okolností? A je vůbec vhodné podnikatelské subjekty pobízet k etickému chování? Nepřináší jim etické chování v konečném důsledku více škody než užitku

„Etické chování firem je v rámci dlouhého období tou nejlepší podnikatelskou strategií. Tímto není myšleno, že nás etické chování nic nestojí. Stejně tak tím není myšleno, že je etické chování vždy a okamžitě odměněno nebo že je neetické chování vždy sankcionováno. Je zřejmé, že neetické chování se někdy vyplácí a naopak etické chování je někdy spojeno s podnikovými ztrátami. Pokud definujeme etické chování nejlepší dlouhodobou podnikatelskou strategií, máme tím na mysli to, že v rámci dlouhého běhu a ve většině případů dává etické chování významnou

konkurenční výhodu vůči podnikům, které se eticky nechovají.“ (Velasquez, M. G., 2002)

Integrace etiky do podnikání není jednorázovým a jednoduchým procesem. Podnik by měl usilovat o to, aby u tohoto procesu byly zachovány principy jako:

cílevědomost – celý projekt implementace etických principů do podnikání nemůže probíhat bezcílně. Aktéři této implementace musí vědět, kam chtějí podnik implementací směřovat a jaké nástroje a metody jim k tomu dopomohou;

komplexnost a systematicčnost – podchycení všech relevantních oblastí, které ovlivňují úspěšnost celé implementace a jejich uspořádání v logický a efektivní systém implementace;

synchronnost jednotlivých prvků a úrovní integrace – přestože některé implementační kroky vyžadují svou specifickou chronologii, řada dalších implementačních kroků může a měla by probíhat synchronně. V opačném případě může být celý proces implementace zkomplikován či narušen. Příklad: Pokud etické řízení podniku či tvorba etického kodexu nejsou současně doplněny a provázány s kroky v oblasti socializačního procesu (motivace a stimulace pracovníků, jejich vhodný výběr atd.), pak je celý efekt tohoto kroku implementace zbytečně degradován či mařen.

Zaměřme nyní pozornost na několik zásadních interních nástrojů, které napomáhají našim i zahraničním podnikům při etickém a odpovědném podnikání:

- 1) etické kodexy a další interní dokumenty;
- 2) etický a sociální audit;
- 3) reporting a měření CSR a mezinárodní standardy v oblasti CSR;
- 4) organizační struktury na podporu etického programu;
- 5) různé formy společensky odpovědných aktivit;
- 6) analýza zainteresovaných skupin (stakeholders analysis);
- 7) vzdělávání a trénink etického chování;
- 8) etický leadership – vedení příkladem;
- 9) whistleblowing – anonymní informační linky.

Hlavní body – pojmy k zapamatování:

Podnikatelská etika

Klíčová slova: Podnikání, podnikatel, podnikatelská etika

Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

1) Co je to podnikatelská etika?

Prostor pro odpovědi:

Cíl studia tématu: Etický kodex

Etické kodexy a další interní dokumenty

Pod termínem etický kodex (code of ethics, code of conduct) rozumíme **systematicky zpracovaný soubor norem a předpisů, který vymezuje a upravuje vztahy mezi členy určité komunity**. Etický kodex poskytuje detailnější rozpracování, konkretizaci morálních zásad a jejich použití v podnikové praxi. Etické kodexy a jim podobné dokumenty slouží ke kultivaci podnikového klimatu, podnikové kultury.

Etické kodexy jsou známy především ve svých dvou základních formách:

- **podnikové etické kodexy** - kodex jednotlivých podniků či jejich částí
- **profesní etické kodexy** – kodexy různých asociací a sdružení (

Při zpracování etických kodexů se uplatňují především dva základní modely tvorby:

- skandinávský model – do tvorby etického kodexu je zainteresován co největší počet zaměstnanců (vysoká míra participace);
- americký model – etický kodex je vytvářen managementem nebo vlastníky podniku.

Pokud je etický kodex brán jako jeden z nástrojů integrace etického chování do podnikové praxe, jen velmi těžce se bez něj podnik obejde. Zavedení etického kodexu do podniku však musí být provedeno citlivě, přiměřeně a obezřetně. V opačném případě nemusí být etický kodex přijat pracovníky jako praktická pomůcka k etickému chování, ale v lepším případě jako zcela nadbytečný list papíru, který jen visí na nástěnce.

Etický audit je dalším nástrojem, který postupem času získává své místo v etickém řízení. Společně se sociálním auditem (jehož je mnohdy součástí) je dalším ze

zástupců nefinančních auditů. Oproti finančním auditům vykazuje etický a sociální audit několik specifík.

podniku mohou být a jsou sociální a etické audity prováděny interně (vhodně vyškolenými a kompetentními pracovníky podniku) i externě (specializovanou firmou). V případě interního auditu se hlavní výhodou jeví to, že pověřený tým disponuje dobrou znalostí podnikového prostředí. Výhodou se také může stát možnost otevřít, analyzovat a následně řešit témata, které by podnik jen nerad ventiloval. Nevýhodou interního auditu je pak především riziko možné „podnikové slepoty“.

Sociální a etické audity se postupně stávají důležitou a neoddělitelnou složkou kvalitního etického řízení. Právě díky nim jsou podniky schopny zjišťovat a kontrolovat existující stav podniku v oblasti sociální a etické a následně stanovovat vhodné návrhy změn. Celkový integrovaný systém etického řízení (založený na systému BSC, IMS apod.) může vést a vhodnou implementací vede k "harmonizaci strategických podnikatelských cílů s etickými hodnotami".

Hlavní body – pojmy k zapamatování:

Etický kodex

Klíčová slova: Etický kodex

Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

1) Co obsahuje etický kodex?

Prostor pro odpovědi:

Cíl studia tématu: Podnikatelské prostředí a etika - shrnutí

Podnikatelské prostředí nevzniká samo od sebe. Mnozí kritici úrovně podnikatelského prostředí si neuvědomují, že **je určováno etickými postoji, pracovní erudicí, aktivitou a funkčním postavením každého z nás.**

Podnikatelské prostředí je výsledkem angažovanosti, která musí vycházet z morálky, odbornosti a vůdcovství. V souhrnu z důsledného uplatňování etiky v managementu na všech organizačních hladinách podnikatelských, veřejných a správních organizací.

V moderních úspěšných firmách a institucích je **uplatňování etiky v podnikatelském prostředí pokládáno za prioritu**, protože souvisí s dynamickým rozvojem vědy a techniky, který nepřichází jenom se žádoucími a pozitivními přínosy, ale je spojený i s nežádoucími jevy a jejich dopadem především na mezilidské vztahy. To se projevuje častými **nedostatkami v komunikaci**, zvláště mezi podnikatelskou, veřejnou a správní sférou i v jejich působení na tvorbu ekonomického a sociálního okolí, a posléze celého podnikatelského prostředí.

Úloha etiky v procesu tvorby podnikatelského prostředí ovlivňuje intenzitu vnímání potřeb, hodnocení a realizaci žádoucích postupů centrálních, regionálních a podnikatelských subjektů společenského vývoje. Více než dříve spočívá odpovědnost za vedení svých zaměstnanců k **celoživotnímu systému vzdělávání, rozvíjení odborností, etických postojů a identity** ke svému pracovišti na vedoucích pracovnících.

Absence etiky v managementu přináší nejistotu pracovníkům na všech hladinách řízení a odůvodňuje jim i rozšiřování nežádoucích praktik. Komplexní řízení ekonomických jevů vyžaduje, aby manažeři ve svých pracovních metodách uplatňovali **systém manažerské etiky ve všech jejích subsystémech a prvcích**. Jde o subsystémy morálky, erudice a praktické aplikace (vedení lidí).

Umění být manažerem a vůdcem spočívá ve schopnosti stimulovat své spolupracovníky tak, aby v nich vzbudil adekvátní motivaci k realizaci svých záměrů.

V tomto úsilí přísluší velký význam fair play, vzájemné důvěře a manažerské etiky v plném rozsahu.

Na základě současného poznání nutnosti uplatňovat inovace do podnikání a kreativního projektování změn v řízení firem a institucí, je nutno **soustředit pozornost na rozvoj řízení lidských zdrojů**. Každé inovaci vysokého řádu musí předcházet příprava, jak aplikovat teoretické poznatky na **konkrétní podmínky firmy**, jak pro ně **získat a teoreticky připravit pracovníky** a samozřejmě stanovit priority postupu jejich plnění.

Systémová příprava začíná **výchovou pracovníků** a jejich seznámením se strategickým cílem organizace a uvažovaným (taktickým) postupem realizace systému změn (inovací).

Velkou pozornost věnují autoři výkladu pojmu **společenská odpovědnost firmy (CSR)**. Mimo jiné proto, že jde o pojem, který může být vnímán jako módní výraz, nahrazující starší pojem etika, etika podnikání. Ať tak či onak, vždy se jedná o chování, fungování, aktivity firmy, které v první řadě předpokládá plnění právních požadavků a nad tento rámec odpovědné dobrovolné chování: v **ekonomické** oblasti (podnikatelský kodex), v **sociální** oblasti (rozvoj lidského kapitálu), v **environmentální** oblasti (zlepšování environmentálního profilu), a v **relevantní komunitě** (být dobrý soused).

CSR je definována jako dobrovolná integrace sociálních a ekologických ohledů v součinnosti se zainteresovanými stranami do podnikatelských činností firmy. Jde o proces budování důvěry různých zainteresovaných stran ve fungování firmy, který nebude jen sledovat úzké ekonomické cíle, ale bude i prospěšný ze širších společenských aspektů.

Předmět etiky podnikání je pragmatický, neopeluje na principy, ale vytváří základy pro aktivní oprávněnost činností v dialogu se stakeholdery. Žádoucí je etika podnikání nevytvářející „konečné normy“, ale uplatňující zásady v rámci realizace dialogu se stakeholdery.

Významným prvkem žádoucí komunikace ve firmě je **úroveň komunikace mezi lidmi navzájem**, mezi managementem a zaměstnanci a samozřejmě i komunikace obráceným směrem. Zpětná vazba v komunikaci je velmi důležitá pro vytváření pozitivní pracovní atmosféry.

Práce s informacemi vyžaduje kvalitní lidský potenciál, vybavený potřebnými znalostmi, schopnostmi a dovednostmi, ale také potřebnými kompetencemi. Pozornost si vyžaduje také **struktura informačního a komunikačního systému**.

Hlavní body – pojmy k zapamatování:

Podnikatelské prostředí a etika

Klíčová slova: Podnikatelské prostředí, etika

Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

1) Co je to podnikatelské prostředí a čím se vyznačuje?

Prostor pro odpovědi:

Cíl studia tématu: Sebereflexe, svědomí

Sebereflexe - nebo také vědomí sebe je akt vědomí, jehož tématem či intencí je toto vědomí samo. Sebereflexe je vnitřní komunikace se sebou samým, vcítění se do sebe sama, introspektivní poznávání sebe sama, sebeuvědomování, sebehodnocení svého chování, jednání a prožívání, východisko formování vlastní osobnosti, též sebereflexe.

Počínaje R. Descartem hraje otázka sebevědomí velmi významnou úlohu nejen ve filosofii. Jeho filosofie vychází z obecné skepse, z toho, že o čemkoli, co vidím, mohu pochybovat. Slavné cogito, věta „myslím, tedy jsem“, je pro Descarta jediný nepochybný důkaz toho, že v okamžiku myšlení také skutečně jest. Nesmíme ovšem přehlédnout, že tato jistota sebe platí přísně vzato pouze v okamžiku sebereflexe, myšlení sebe, a týká se holé existence. Neříká nic o tom, zda se člověk v uvažování o sobě samém může či nemůže mýlit, zda je sám pro sebe dokonale průhledný a podobně.

Sensualistický výklad cogito

Podstatným rysem Descartova cogito je, že tato sebejistota není ničím zprostředkována, nespočívá na žádných interpretacích a výkladech. Prostý fakt toho, že myslím, je bezprostřední evidencí mé existence. Tento rys často uniká sensualistickým filosofům, kteří vědomí chápou pouze jako vnímání či pozorování, z čehož jim pak ovšem vyplývá, že mezi pozorováním vlastního vědomí a vnějších předmětů není žádný podstatný rozdíl. Pokud by ale sebereflexe měla znamenat, že pozoruji vlastní vědomí a „přistihuji je“ jak pozoruje nějaký předmět, musel bych při ní předpokládat ještě dalšího pozorovatele, který pozoruje, jak pozoruji sám sebe, a tak dále až do nekonečna.

Vědomí je vždy také vědomím sebe

Sebereflexe však není zvláštní druh pozorování či vnímání, který by se od jiných lišil pouze svým tématem či předmětem. V sebereflexi se naopak odhaluje zvláštní a

velmi paradoxní povaha vědomí jako takového. V běžných životních situacích, kdy se naše vědomí obrací k různým tématům mimo sebe, máme sklon toto „pole vědomí“ zhruba ztotožnit se zorným polem očí a tedy s jakýmsi obrazem. Přitom však můžeme přehlédnout, čím se toto pole vědomí od jakéhokoli pozorovaného obrazu zásadně liší: předně tím, že zde už není žádný další pozorovatel, který by pole vědomí vnímal, což se za druhé projevuje také tím, že pole vědomí je sice omezené, nemá však žádný omezující okraj. R Ruyer hovoří o „přehlížení bez odstupů“.

Sebereflexi tedy nelze chápat jako zvláštní případ vnímání „vnitřních předmětů“, nýbrž jako základní fenomén vědomí vůbec. Vědomí dokáže jednak spojovat vjemy různých předmětů do jednoho obrazu čili „přehlízet“ naše okolí, aniž by tyto předměty navzájem splývaly, dokáže spojit vjemy různých smyslů do jediného „vědomí skutečnosti“, zejména však ve všech těchto případech zároveň ještě také „ví“, že jsem to já, kdo vnímá, spojuje, přehlíží atd. Sebereflexe je tedy zvláštní jen tím, že všechny ostatní obsahy a témata ustupují do pozadí a pozornost soustřeďuje na tento jinak přehlížený rys vědomí, které je vždy také sebe-vědomím, vědomím sebe: „Ať myslím o čemkoli, jsem si vždycky zároveň více či méně vědom sebe sama, své osobní existence“.

Sebereflexe v etice

Lidská schopnost sebereflexe je předpokladem odpovědnosti a má tudíž zásadní význam také pro etiku, pro vedení a hodnocení vlastního jednání. Jen proto, že je člověk s to o vlastním jednání přemýšlet a sám je hodnotit, mohou se i ostatní na toto jeho hodnocení spolehnout a uznat jej jako odpovědnou a tudíž i svobodnou osobu. O tom, kdo není schopen hodnotit vlastní jednání a přičítat si jeho důsledky, říkáme, že je „nepříčetný“ a pokud takový stav trvá, v důsledku toho i nesvéprávný.

Svědomy

Svědomy je vnitřní instance, „mlčenlivé volání“, které vede soudy člověka o tom, co sám způsobil nebo co se chystá způsobit. Navazuje na lidskou schopnost sebereflexe, tj. schopnost uvažovat o sobě samém, „podívat se“ na sebe jinými očima než je pohled vlastního zájmu a prosazování. Proto se svědomí chápe jako podstatný příznak a atribut lidské osoby a vyžaduje si respektování ze strany druhých

i společnosti (svoboda svědomí). Naopak tam, kde má člověk ujistit druhé o upřímnosti svých úmyslů, slibuje „na svou čest a svědomí“ (např. poslanecký nebo prezidentský slib). Neurofysiologické souvislosti svědomí jsou dnes předmětem intenzivního zkoumání.

Svědomitost

Výrazy *svědomitost*, *svědomitý* jsou od slova *svědomí* odvozeny, jejich význam je však poněkud posunut směrem k výsledku. Původně snad znamenaly, že dotyčný "(koná) v souladu se svým svědomím", dnes se chápou především ve významu "(koná) co nejlépe, pečlivě" (opak: *nesvědomitě*). Přesto je v nich přítomen i význam "spolehlivý": svědomitý člověk pracuje dobře, i když není pod dohledem nebo hrozbou, protože se řídí svým svědomím.

Hlavní body – pojmy k zapamatování:

Sebereflexe, svědomí

Klíčová slova: Sebereflexe, svědomí, svědomitost

Kontrolní otázky ověřující pochopení tématu:

- 1) Co je to sebereflexe a jak ji můžeme chápat?
- 2) Co je to svědomí a svědomitost?

Prostor pro odpovědi:
