

Sociální interakce v prostředí hotelu

VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Katedra cestovního ruchu

Sociální interakce v prostředí hotelu

Bakalářská práce

Autor: Jana Sobotková

Vedoucí práce: PhDr. Eva Půlkrábková

Jihlava 2010

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce:	Jana Sobotková
Studijní program:	Ekonomika a management
Obor:	Cestovní ruch
Název práce:	Sociální interakce v prostředí hotelu.
Cíl práce:	Explorace sociálních motivů, způsobů jednání a úrovně komunikace českých a zahraničních klientů hotelu.

PhDr. Eva Půlkrábková
vedoucí bakalářské práce

RNDr. Eva Janoušková, Ph.D.
vedoucí katedry
Katedra cestovního ruchu

Prohlášení

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracovala jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušila autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „AZ“).

Souhlasím s umístěním bakalářské práce v knihovně VŠPJ a s jejím užitím k výuce nebo k vlastní vnitřní potřebě VŠPJ.

Byla jsem seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje AZ, zejména § 60 (školní dílo).

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **souhlasím** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědoma toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne 28.4. 2010

.....

Podpis

Abstrakt

SOBOTKOVÁ, Jana: Sociální interakce v prostředí hotelu. Bakalářská práce. Vysoká škola polytechnická Jihlava. Katedra cestovního ruchu. Vedoucí práce: PhDr. Eva Půlkrábková. Stupeň odborné kvalifikace: bakalář. Jihlava 2010. 68 stran

Cílem této bakalářské práce je explorace sociálních motivů, způsobů jednání a úrovně komunikace českých a zahraničních klientů hotelu.

Práce je členěna na teoretickou a výzkumnou část. V teoretické části je stručně a přehledně vyložena problematika vztahující se k oblasti sociálních interakcí. Druhá až šestá kapitola zahrnuje popis jednotlivých teoretických kategorií spíše v obecné rovině, sedmá kapitola je zaměřena na působení kultury. V následující kapitole jsou uvedeny důležité informace o zemích, jejichž příslušníci jsou součástí průzkumu. V teoretické části práce je také představen hotel Slunce, kde průzkum probíhal a město Havlíčkův Brod, kde se hotel nachází. Poslední kapitola teoretické části je věnována teoretickému vymezení použité metody pozorování.

Ve výzkumné části je detailně popsána metodika práce a sociální interakce hostů hotelu. Dále jsou zde zpracována získaná data o českých a zahraničních hostech a provedena jejich komparace. V závěru práce jsou shrnuty dosažené výsledky.

Klíčová slova: Hosté hotelu. Interkulturní komunikace. Interpersonální komunikace. Metoda pozorování. Národní kultura. Sociální interakce.

Abstract

SOBOTKOVÁ, Jana: The social interactions in the hotel area/sector. Bachelor work. College of Polytechnics Jihlava. Department of Travel/Tourism. Leader of work: PhDr. Eva Půlkrábková. Degree of qualification: Bachelor. Jihlava 2010. 68 pages

The objective of this bachelor work is an exploration of the social motives, negotiation technics and a communicative level related to the Czech and foreign hotel clientele.

The bachelor work is divided into the theoretical and practical part. The first one is connected with a brief and clear description of the social interactions topic. The section from the second chapter to the sixth one includes a description of the theoretical categories rather broadly, the seventh chapter focuses on the effects of culture. The next chapter provides important information about the countries whose nationals are included in the exploration. The theoretical part of the work introduces the Hotel Slunce, as an institution of the exploration, and the city Havlíčkův Brod, a location of the mentioned hotel. The last chapter of the theoretical part is devoted to the theoretical definition of the observation method.

In the practical part there is a detailed description of the methodology of work and the social interactions of the hotel guests. Having processed the given facts about the Czech and foreign clientele, I was realizing the mutual comparison. The final results are interpreted in the summary of this work.

Key words: Hotel guests. Intercultural communication. Interpersonal communication. National culture. Observation method. Social interaction.

Poděkování

Na tomto místě bych velmi ráda poděkovala vedoucí mé bakalářské práce paní PhDr. Evě Půlkrábkové za odborné vedení práce, za veškerou pomoc, trpělivost a ochotu při jejím vytváření. Moje poděkování patří také spolumajitelce hotelu Slunce paní Ladislavě Novákové, která mi umožnila absolvovat v hotelu semestrální praxi a získat nezbytné podklady pro bakalářskou práci. Děkuji rovněž všem ostatním zaměstnancům hotelu za jejich vstřícnost a v neposlední řadě bych chtěla poděkovat i členům své rodiny a přátelům za jejich podporu.

Obsah

1	Úvod a cíl práce.....	11
2	Sociální interakce	13
2.1	Pojem sociální interakce	13
2.2	Scénář a role.....	14
2.3	Sociální schémata	14
2.4	Sociální identita	14
3	Konverzace a komunikace	15
3.1	Neverbální aspekty komunikace	16
3.1.1	<i>Metakomunikace</i>	17
3.1.2	<i>Oční kontakt</i>	17
3.1.3	<i>Gesta</i>	18
3.2	Verbální aspekty komunikace.....	18
4	Vnímání druhých lidí	20
4.1	Implicitní teorie osobnosti	21
4.2	Osobní konstrukty.....	21
4.3	Efekt primarity a efekt novosti	21
4.4	Zapamatování druhých lidí	22
4.5	Stereotypizace	22
5	Chování lidí a atribuční teorie	24
5.1	Kauzální atribuce	24
5.2	Chyby a zkreslení v procesu atribuce	24
6	Determinanty chování	26
6.1	Vnější determinanty chování	26
6.1.1	<i>Společenské normy</i>	26
6.1.2	<i>Chování druhých lidí</i>	26
6.1.3	<i>Přítomnost druhých lidí</i>	27
6.1.4	<i>Vliv skupiny a autority</i>	27
6.2	Vnitřní determinanty chování	27
6.2.1	<i>Osobnost člověka</i>	27
6.2.2	<i>Sociální motivace</i>	28
6.2.3	<i>Emoce</i>	29
6.2.4	<i>Postoje</i>	30
7	Kultura a její vliv na člověka	32
7.1	Národní kultura	33
7.2	Typologie národních kultur podle Hofstedeho	34
7.2.1	<i>Individualismus a kolektivismus</i>	34
7.2.2	<i>Maskulinita a feminita</i>	35
7.2.3	<i>Vyhýbání se nejistotě</i>	36
7.3	Interkulturní komunikace.....	36
7.3.1	<i>Neverbální komunikace v interkulturním aspektu</i>	37
7.3.2	<i>Verbální komunikace v interkulturním aspektu</i>	38
7.4	Projevování emocí v závislosti na kultuře	39
8	Základní charakteristiky k vybraným zemím.....	41
8.1	Francie	41
8.2	Německo	41
8.3	Nizozemsko	42
8.4	Španělsko	42

8.5	Slovensko.....	43
8.6	Rusko	43
8.7	Japonsko.....	43
8.8	Kanada	44
8.9	Česká republika.....	44
9	Informace o hotelu Slunce v Havlíčkově Brodě	45
9.1	Historie hotelu.....	45
9.2	Služby hotelu a počet zaměstnanců	45
9.3	Ubytování a stravování v hotelu	46
10	Základní informace o městě Havlíčkův Brod	48
11	Metoda pozorování a její teoretické vymezení	50
12	Použitá metodika	51
13	Sociální interakce hostů hotelu	54
14	Prezentace získaných dat.....	57
14.1	Čeští hosté.....	57
14.2	Zahraniční hosté.....	63
15	Komparace získaných dat (čeští x zahraniční hosté)	71
16	Závěr.....	75
	Seznam použité literatury	
	Seznam obrázků a tabulek	

1 Úvod a cíl práce

K tématu mé bakalářské práce mne inspirovalo místo výkonu semestrální praxe. Tu jsem se rozhodla absolvovat na pozici recepční v tříhvězdičkovém hotelu Slunce v Havlíčkově Brodě. Praxi jsem zde vykonávala 14 týdnů v období od 1.6. do 11.9. 2009.

Považovala jsem za zajímavé a přínosné provést průzkum a komparaci sociálních interakcí českých a zahraničních hostů hotelu, protože si myslím, že tuzemští a zahraniční klienti představují základní dělení veškeré klientely většiny hotelů. K průzkumu sociálních interakcí jsem použila metodu pozorování. Zajímalo mne, zda v sociálních interakcích těchto dvou velkých skupin hostů lze zaznamenat nějaká specifika. Kultura silně ovlivňuje projev svých příslušníků, lidé z různých kultur jsou zvyklí na rozdílnou úroveň služeb, na jiný způsob jednání ze strany zaměstnanců hotelu, tudíž i chování jich samotných se může odlišovat. Průzkum v této práci se ale nezaměřuje na interakce jednotlivých národních kultur nebo skupin zemí s podobnou národní kulturou, nýbrž na interakce české a zahraniční klientely hotelu obecně. Cílem práce je explorace sociálních motivů, způsobů jednání a úrovně komunikace českých a zahraničních klientů hotelu.

Ráda bych zdůraznila, že to, co je „typické“ pro určitou kulturu, nemůže být vztahováno na každého jejího příslušníka a nemůže to být vnímáno jako absolutní a neměnné. Je třeba brát v potaz individualitu člověka a v dnešní době také působení globalizace a pronikání prvků jedné kultury do druhé. V hodnocení všech hostů hotelu i v celé této práci jsem se snažila vyhnout stereotypizaci. Stereotypy v chápání jednotlivých kultur přisuzují různým národnostem konkrétní povahové rysy, které většinou nejsou nijak vědecky podloženy a jen těžko lze předpokládat, že pokud jsou do určité míry pravdivé, jsou součástí každého jedince.

Ať už v následujícím teoretickém textu popisují vnímání druhých lidí nebo různé determinanty lidského chování, nevztahují vysvětlení příčin těch či oněch jevů v sociálních interakcích pouze na hosty hotelu, ale i na sebe samu.

Pokud v textu uvádím příklad nějakých konkrétních zemí, jedná se téměř výhradně o země, jejichž příslušníci byli zahrnuti do mého zkoumání.

K teoretické části bych ráda zmínila, že autoři literatury, z níž jsem čerpala, se v podstatě ve většině informací a názorů shodují. Trochu odlišně jsou však chápány některé pojmy. Například pojem etnikum a národ může být považován za totožný,

Průcha nicméně vymezuje etnikum jako obecnější pojem (Průcha, 2010). Národ může být tvořen několika různými etniky, která mají vlastní kulturu. Tento autor také pojmy národní kultura a národní mentalita považuje za téměř totožné. Šroněk pak srovnává pojmy kultura a stát (země), mezi které podle něj nelze klást absolutní rovnítko (Šroněk, 2001). Sama bych chtěla ještě doplnit, že jednotnou kulturu lze také vztahovat na větší území, než je jeden stát (např. skandinávské země). Dále např. vztah mezi pojmy národ a národnost je ten, že národ je společenství lidí, kteří se hlásí ke stejné národnosti. Důležité je zde etnické hledisko, národnost se nemusí shodovat se státní příslušností. [1]

Přínos této práce spatřuji v tom, že každý provozovatel hotelu, který je zaměřený na českou i zahraniční klientelu, by mohl získat lepší představu, co může v sociálních interakcích očekávat od těchto dvou skupin hostů. Také zaměstnanci hotelu by si mohli uvědomit existenci interkulturních rozdílů a na základě toho se naučit přistupovat k lidem z odlišných kultur.

TEORETICKÁ ČÁST

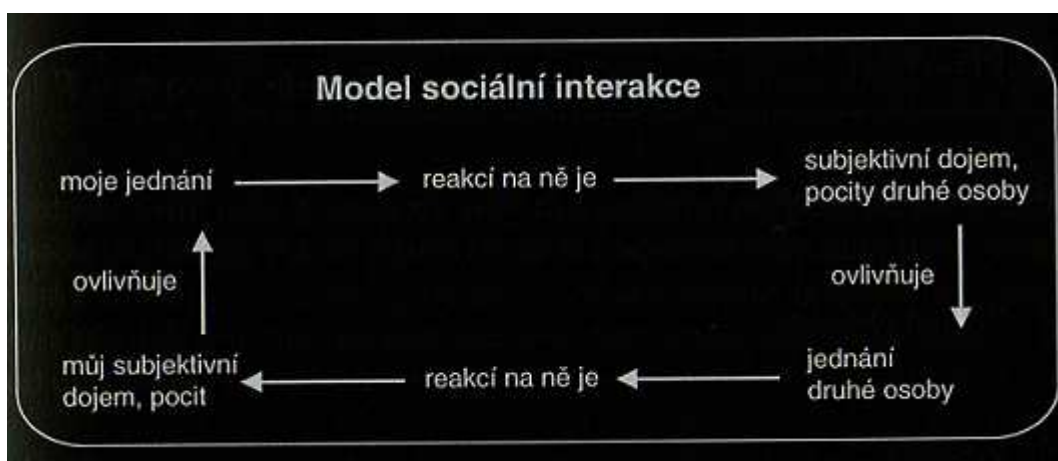
2 Sociální interakce

2.1 Pojem sociální interakce

Sociální interakce zahrnuje poznávání druhých lidí a sebe sama v síti sociálních vztahů, komunikaci mezi členy lidské společnosti, vzájemné působení prostřednictvím vykonávaných činností. Interakce představuje jakékoli reagování lidí na sebe navzájem. Probíhá při veškerých kontaktech s jinými lidmi (zahrnuje např. i telefonický rozhovor či komunikaci pomocí počítače). Interakce se navzájem prostupuje s komunikací, přesněji řečeno – jakékoli reagování jednoho člověka na druhého obsahuje téměř vždy alespoň minimální míru informování. Součástí sociální interakce je komunikace verbální (slovní) i neverbální. [2]

Následující schéma dokresluje představu o tom, co je to sociální interakce.

Obr.1: Znárodnění modelu sociální interakce [2]



Existují různé druhy sociálních interakcí. Z hlediska subjektů vstupujících do interakce se rozlišují: interakce jedinec x jedinec (tzv. dyadická), interakce jedinec x malá skupina a interakce malá skupina x malá skupina. [2]

Sociální interakce se odehrává v kontextu. Za kontexty lze považovat např. kulturu, sociální skupiny nebo rodinu. Člověk se tedy pohybuje ve fyzických, sociálních a kulturních kontextech a každý z nich ovlivňuje, co člověk dělá a jak to dělá. (Hayesová, 2000).

Prostřednictvím aktivních interakcí s druhými lidmi u každého člověka probíhá celý jeho život tzv. socializace, kdy se neustále vyvíjí vlastní sociálně relevantní schémata chování a prožívání. (Nakonečný, 2009).

2.2 Scénář a role

Jeden ze základních mechanismů každodenní sociální interakce se označuje jako *scénář*. Znamená to, že sociální jednání má velmi často podobu plánovitých posloupností, které regulují chování a umožňují nám očekávat průběh události.

Všem účastníkům je známá posloupnost toho, kdy má kdo co udělat, a to i tehdy, když se navzájem neznají. V každém okamžiku víme, co máme asi očekávat a jak se chovat, a vše se odehrává zavedeným způsobem. Je tomu tak proto, že všichni zúčastnění hrají podle stejného scénáře, kterému i beze slov rozumějí, a to umožňuje hladký průběh sociální interakce. Ve svém společenském životě na sebe bereme „úlohy“, které nám předepisují, jak se máme chovat k druhým lidem. Součástí každé takové *role* je určitý způsob chování. Sociální role jsou vždy reciproční – odehrávají se v párech, protože svou roli vždy hrajeme ve vztahu k jiné osobě. Goffman tvrdí, že role, které hrajeme jako součást každodenního společenského života, se nakonec stávají součástí vlastního já – součástí osobnosti. (Hayesová, 2000).

2.3 Sociální schémata

Dalším důležitým pojmem je *sociální schéma*. Toto schéma používáme k regulaci svého chování, když se nacházíme ve společenských situacích vyžadujících přesnou souslednost interakcí mezi zúčastněnými stranami.

Schémata rolí jsou tedy rámce, které užíváme při jednání s ostatními v souvislostech určitého společenského vztahu. Když někoho poznáme blíže, nepřemýšlíme o něm jen ve vztahu k jeho rolím. Vytvoříme si také schéma osoby, které obsahuje naše chápání daného člověka. Toto schéma se aktivuje tehdy, když jsme s touto osobou ve styku nebo když podnikáme něco, co se jí týká. (Hayesová, 2000).

2.4 Sociální identita

Pro porozumění mezilidské interakci je velmi důležité vzít v úvahu také proces *sociální identifikace*. Vzájemně na sebe nepůsobíme jen jako jedinci hrající své role podle určitého scénáře. Také se identifikujeme se sociálními skupinami, ke kterým náležíme, a tato identifikace určuje náš přístup k interakci s druhými lidmi. Jednání s někým, kdo patří k jiné sociální skupině bude jiné než s člověkem, kterého vnímáme jako člena své „vlastní“ sociální skupiny. (Hayesová, 2000).

3 Konverzace a komunikace

Interpersonální komunikaci definujeme jako „interakci pomocí symbolů“ (jazyka, gest, barvy oblečení apod.). Do značné míry se pojem „lidská komunikace“ překrývá s již uvedeným termínem „interakce“, interakce je však širší pojem. (Vybíral, 2000).

Základní struktura komunikace je tvořena třemi činiteli: 1. komunikátor = produktor (osoba sdělující), 2. komunikant = příjemce (osoba přijímající sdělení), 3. komuniké (obsah sdělení). (Nakonečný, 2009). Lidská komunikace má přitom jen výjimečně lineární, jednosměrný charakter. Produktor je zároveň příjemcem (příjemcových „odpovědí“) a příjemce je produktorem: pozměňuje naše myšlení, postoje a emoce. (Vybíral, 2000).

Většina lidí komunikuje rozdílně na pracovišti, doma, v přítomnosti někoho neznámého... Komunikační situace je pokaždé jiná. Každá z těchto situací vyžaduje po komunikujícím, aby vystupoval v jiné roli. Se změnou role mění člověk své vyjadřování. Může volit jiná slova či formu, mluví i jinak usazeným hlasem, jiným tempem, kontroluje či nekontroluje mimiku, gesta apod.

Komunikaci člověka výrazně ovlivňuje stres. Stresovaný člověk může působit někdy spokojeným dojmem, v interpersonální komunikaci dovede strhnout druhé, je vitální, imponuje stálým nepokojem, rozmachem, činností. Komunikace ve stresu se ale také může vyznačovat zvýšeným tempem, chaotičností, rychlostí úsudku, výraznějším emocionálním zabarvením. Člověk v napětí má tendenci k neměnné mimice. (Vybíral, 2000). Mohou se u něj projevovat i různé signály napětí jako např. hraní si s předměty, proplétání prstů ruky apod. (Nakonečný, 2009).

Vliv na komunikaci mají také její poruchy související s poruchami myšlení (např. komunikace překotná, ulpívavá, zabíhavá...)

Každé sdělení při komunikaci je dotvářeno a doprovázeno v mysli produktora i příjemce řadou *konotací* (druhotná, asociativní významová složka nějakého výrazu). Nelze předpokládat, že produktor i příjemce sdělení chápou naprosto stejně. Jen zcela výjimečně lze usuzovat, že příjemce rozumí všemu tak, jak to produktor „myslel“. Spíše platí, že příjemce má dojem, že „více méně“ rozumí. Konotace bývají proto považovány za subjektivní. Naopak *denotací* rozumíme známá slova, znaky či symboly, kdy automaticky chápeme jejich základní význam. Může se přesto stát, že slova budou denotována rozdílně.

Přestože je možné nemluvit, není možné se nijak neprojevat. I svým mlčením, nehnutým obličejem a celkovým klidem těla něco člověk sděluje, komunikuje. Někteří komunikující se více zaměřují na formu než na obsah komunikace („předvádějí se“, v jejich vystupování je manýra, důraz na zdvořilost či spisovnost apod.). Funkcí jejich komunikace může být exhibice, upoutání pozornosti ke své osobě.

Rozbory celkového komunikačního způsobu jedince vedou k vyvozování charakterových nebo obecněji řečeno „osobnostních“ rysů. Individuální styl, jakým jedinec mluví, ho často sociálně („třídně“) nebo profesně zařazuje, ale také se v něm mohou zrcadlit důležité charakterové rysy jako např. egoismus, perfekcionismus či naivita. (Vybíral, 2000).

3.1 Neverbální aspekty komunikace

Když s někým vedeme rozhovor, nekomunikujeme jen jazykově. Ke zdůraznění toho, co říkáme, užíváme *neverbálních signálů (klíčů)*. (Hayesová, 2000).

Neverbálně komunikujeme: 1. pohyby celého těla (*kinezika*), 2. pohybem a postavením paží (*gestika*), 3. sdělením obličejových svalů (*mimika*), 4. postojem a pozicí celého těla (*posturologie*), 5. vzdáleností člověka vůči člověku (*proxemika*), 6. sdělováním doteky (*haptika*). Kinezika může být chápána jako nadřazený pojem.

Mezi neverbální aspekty komunikace lze zařadit i vzhled, oblečení a upravenost člověka. Máme kupříkladu přirozený sklon považovat člověka hůře či zanedbaně oblečeného za jedince, který je „statusem níž“ než člověk perfektně oblečený.

Každý člověk má své vlastní neverbální „tempo“, rychlost gestikulace, změn postojů, mimických změn atd. – a částečně ho může ovládat. Každý neverbální signál má svůj význam, něco značí. Někdy velmi ilustrativně označí to, co chce vyjádřit. Jindy mu lze rozumět různě. Významy neverbálních znaků jsou podmíněny kulturou, dobou, sociální skupinou i prostředím. (Vybíral, 2000).

Reakce na neverbální signály jsou někdy silnější než na slova. Bylo dokázáno, že pokud se setkáme s neverbálním sdělením, které není v souladu s verbálním, odvádí to jednak naši pozornost od řečeného a jednak pravděpodobnost, že uvěříme neverbálnímu signálu, je pětikrát větší. Neverbální signály jsou často nevědomé, a snad proto je lidé považují za závažnější indikátory „skutečných“ postojů mluvčího než to, co právě říká. (Hayesová, 2000). Nevědomé signalizování je běžné při každém spontánním reagování. Vědomě neverbálně komunikuje jedinec tehdy, kdy se vědomě ovládá a snaží se mít projevy těla pod kontrolou. Volní kontrole a potlačení se však vzpírá

zejména třes rukou, chvění či napětí v hlase, celkový tělesný tonus, změny barvy kůže, některé bezděčné pohyby apod.

Neverbálními prostředky čitelně vyjádříme sedm základních emocí. Jsou to: štěstí (radost, potěšení), překvapení, strach, smutek, hněv, znechucení (opovržení) a emoční zájem o něco. Základní emoce jsou většinou jednoznačně identifikovatelné ve výrazu obličeje. Dají se rozpoznat rovněž z tónu či zabarvení hlasu i z dalších paralingvistických signálů. (Vybíral, 2000). Spontánní a zahraný výraz emocí se u téhož jedince liší. (Nakonečný, 2009).

Každému neverbálnímu projevu člověka lze nezkresleně porozumět teprve v jeho situačním kontextu a je nutné si uvědomit, že člověk může reagovat nepředvídaně, individuálně nebo dokonce paradoxně (např. smích v rozpacích). (Vybíral, 2000).

V následujících podkapitolách jsou blíže rozebrány některé druhy neverbální komunikace.

3.1.1 Metakomunikace

Jednou z nejnápadnějších forem neverbální komunikace používané v rozhovoru je *metakomunikace*. Jedná se o obecný název pro různé dimenze, kterými lze obohatit řeč, např. tón hlasu, řečový registr či odmlky. Odmlky nebo zvuky jako „hm“ mohou tedy sloužit jako nositelé informace. Pokud je mluvčí nervózní, nebo se teprve snaží zformulovat, co chce říci, znatelně v jeho projevu narůstá počet „výplní“, jakou je např. zvuk „hm“. Odmlku používáme jako signál, že je řada na druhém, aby mluvil, nebo abychom dodali důrazu tomu, co jsme právě řekli. Lidé, kteří nechtějí být přerušováni, mají tendenci vyhýbat se odmlkám na koncích vět. Někdy to dělají tak, že spěchají k další výpovědi, a jindy zařazují „výplně“. (Hayesová, 2000).

3.1.2 Oční kontakt

Pomocí očního kontaktu řídíme průběh konverzace podle poměrně složitého systému společenských pravidel.

Očním kontaktem např. naznačujeme, kdy je řada na druhém, aby mluvil. Osoba, která hovoří, se často očnímu kontaktu vyhýbá, ale na konci své promluvy vzhlédne, jako by „předávala“ hovor svému partnerovi. Osoba, která naslouchá, naopak oční kontakt většinou udržuje. Když upozorujeme, že člověk, s nímž mluvíme, se na nás delší dobu ne dívá, usoudíme, že nás asi neposlouchá. (Hayesová, 2000).

Pohled má také „akční sílu“, srovnatelnou s gesty a slovy. Velice snadno můžeme ve druhém člověku navodit pohledem úzkost, zrakem ho můžeme přesvědčovat, prosit atd.

Více se kontaktují očima ženy, častěji se dívají na toho, kdo k nim hovoří. (Vybíral, 2000).

3.1.3 Gesta

Při konverzaci si také pomáháme gesty. Gesta jsou pohyby během hovoru, které obvykle provádíme rukou a paží. Lidé například často používají při komunikaci tzv. *ideografy*, které představují „kreslení“ rukou nebo oběma rukama a doprovázejí výklad něčeho. (Nakonečný, 2009).

Gesta používáme k tomu, abychom zdůraznili či ilustrovali to, co říkáme. V používání gestikulace existují kulturní a individuální rozdíly – konverzační styl některých kultur je expresivnější než jiných. (Hayesová, 2000).

Pohyby rukou hrají v sociální interakci zcela jinou roli než výraz obličeje. Mimo jiné poukazují na emoční stavy (např. nervózní hraní si s rukama, zakrývání tváře ve studu). (Nakonečný, 2009).

3.2 Verbální aspekty komunikace

Verbální komunikací rozumíme dorozumívání se jedné, dvou a více osob pomocí slov. Rozumíme jí výběr, kombinování a produkci jazykových znaků (rozmýšlení řeči, artikulaci atd.), proces vzájemného sdělování, percepci (vnímání) a recepci (příjem) slovních sdělení a porozumění jim. (Vybíral, 2000).

Jazyk představuje zřejmě nejdůležitější prostředek komunikace. Dává možnost velké přesnosti komunikace; pomocí pečlivého výběru slov můžeme popisovat nuance emocí a postojů.

Existuje mnoho stylů použití jazyka. Některé jsou pro určité situace vhodnější než jiné. Každému z nich odpovídá jiná gramatika a jiný slovník. (Hayesová, 2000).

Pokud se někdo vyjadřuje v holých větách, může to působit úsečně a druhá strana nabývá dojmu nevstřícnosti, odměřenosti, přísnosti. Komplikovaná větná stavba s řadou odboček může naopak, je-li záměrná, „zamlžovat“, odvádět či otupovat pozornost.

Dá se říci, že mohou být jazyky „citovější“ a méně citové, méně emocionálně zabarvené. Velmi zajímavá je informace, že strohé jazykové vyjádření v jedné kultuře

stroze utváří psychiku jejího příslušníka, zatímco obrazné, rozvláčné nebo metaforické vyjadřování ji utváří rozdílně. (Vybíral, 2000).

4 Vnímání druhých lidí

Odborníci v oblasti sociální percepce se shodují, že v pozadí sociálních soudů existují určité základní dimenze. Jaké dimenze to jsou, v tom již jednoznačná shoda nepanuje. Týkají se hodnocení jiných lidí, sebe sama nebo celých kultur (např. členění na individualistické a kolektivistické společnosti, které bude v této práci zmíněno).

Americká psycholožka Susan Fiske navrhuje *dvě univerzální dimenze sociálního vnímání*: vřelost a kompetenci, které vysvětlují jak pojmání druhých lidí, tak celých skupin. *Dimenze vřelosti* zahrnuje rysy vztahující se k úmyslům (např. přátelskost, snaha pomoci, upřímnost, důvěryhodnost a morálita), zatímco *dimenze kompetence* reflektuje rysy, které se vztahují k percipovaným schopnostem (např. inteligence či kreativita). Vnímání vřelosti je přitom na prvním místě a soudy týkající se vřelosti více ovlivňují naše emoce a chování. Skutečnost, že lidé rychleji hodnotí vřelost, potvrzují i výzkumy.

Dvoudimenzionální vřelostně-kompetenční model popisuje jednu vlastní sociální skupinu (ingroup) a tři cizí skupiny (outgroups). Vlastní skupina je přitom vnímána jako vřelá a kompetentní, zbylé tři skórují nízko alespoň v jedné dimenzi. Ze společenské perspektivy jsou určité skupiny prototypem neboli referenční skupinou. Příslušníci této sociální skupiny jsou vnímáni jako vysoce vřelí a současně kompetentní a je jim vyjadřován obdiv a uznání. Příslušníci cizích sociálních skupin jsou nejčastěji vnímáni ambivalentně, ve výzkumech skórují vysoko v jedné, a současně nízko v druhé dimenzi. Například staří lidé jsou vnímáni jako vřelí a současně nekompetentní. Takoví lidé vyvolávají soucit a zároveň sympatie. Jiné skupiny jsou zase vnímány jako kompetentní, ale chladné a nedůvěryhodné. Podle výzkumů badatelky Fiske sem patří např. bohatí lidé, Asiaté nebo ženy profesionálky. Skuteční outsideři nejsou vnímáni ani jako vřelí ani jako kompetentní, nýbrž jako nedůvěryhodní, nemotivovaní, ale hloupí a v podstatě neškodní, vyvolávají despekt, opovržení a současně nezájem.

Definice toho, co konstituuje a vytváří skupinu, zahrnuje sdílené cíle a společné hodnoty, které se většinou liší od sdílených cílů a společných hodnot cizích skupin. Jestliže členové jedné společenské skupiny pozorují u členů jiných skupin konfliktní cíle ve srovnání s cíli jejich vlastní skupiny, zcela automaticky připisují jejím členům negativní rysy a prožívají vůči nim negativní emoce. [3]

Vnímání druhých je složitý proces, který ovlivňuje mnoho různých faktorů. Ty zahrnují implicitní teorie osobnosti, stereotypy a předsudky, osobní konstrukty, efekt primarity a novosti či vzpomínky na druhé. (Hewstone, Stroebe, 2006).

4.1 Implicitní teorie osobnosti

Při utváření prvního dojmu si často domýšlíme spoustu věcí, pro něž nemáme žádné důkazy. Zdá se, že používáme jakousi *implicitní teorii osobnosti*, která předpovídá, že ten, kdo má určitý povahový rys, má také několik dalších, které jsou s ním spojeny. A navíc podle této teorie považujeme některé osobnostní rysy za důležitější než jiné.

V roce 1968 Rosenberg, Nelson a Vivekanathan objevili dvě hlavní dimenze, které ovlivňují dojem z osobnosti. *Intelektuální dimenze* se týká mentálních schopností a sahá od rysů „dobrého intelektu“ (např. vytrvalý, schopný) po rysy „slabého intelektu“ (např. naivní). *Sociální dimenze* vyjadřuje sociabilitu a sahá od „společenských“ rysů (např. ochotný) po „asociální“ rysy (např. nespolečenský, chladný). (Hewstone, Stroebe, 2006).

4.2 Osobní konstrukty

G.A. Kelly soudí, že si lidé vytvářejí vlastní teorie o tom, jací jsou ostatní. Tyto teorie mají podobu tzv. *bipolárních* konstruktů.

Budujeme si je na základě zkušeností, a proto konstrukty, které jsou základem chápání světa jednoho člověka, mohou být úplně jiné než ty, které používá někdo jiný. Také často používáme stejné názvy vlastností, ale ve skutečnosti myslíme něco úplně jiného. Z Kellyho *teorie osobních konstruktů* vyplývá, že při utváření dojmů o druhých užíváme implicitních teorií osobnosti a že tyto teorie jsou jedinečné a individuální. (Hewstone, Stroebe, 2006).

4.3 Efekt primarity a efekt novosti

Asch roku 1946 ukázal, že první informace, kterou dostaneme o druhém člověku, může do značné míry určovat, jaký dojem si o něm utvoříme. (Hewstone, Stroebe, 2006). První dojem se přitom utváří již během prvních čtyř minut mezilidského vnímání. (Morgensternová, 2007).

Hodges zjistil, že svých prvních dojmů se těžko vzdáváme – a to zvláště tehdy, jsou-li negativní. Bývá velmi obtížné změnit negativní první dojem, ačkoliv u pozitivního dojmu to tak těžké není. (Hewstone, Stroebe, 2006).

Tak jako si nejlépe zapamatujeme informace, které nám jsou prezentovány na začátku, stejně na nás zapůsobí informace prezentované na konci. Na vytvoření celkového dojmu o druhém člověku může mít tedy nepřiměřený vliv i poslední dojem, tzv. *efekt novosti*. (Morgensternová, 2007).

4.4 Zapamatování druhých lidí

Fiske a Cox v roce 1979 zjistili, že vzpomínky na druhé se často objevují v jisté posloupnosti: většinou nám nejdříve v paměti utkví fyzický vzhled, poté chování, osobnost a charakterové vlastnosti. (Hewstone, Stroebe, 2006).

4.5 Stereotypizace

Důležitým aspektem tvorby dojmů o druhých lidech je stereotypizace. Znamená klasifikaci lidí podle předem daných kritérií na základě povrchních charakteristik, např. barvy pleti, etnické skupiny atd. Stereotypizace na základě etnické příslušnosti a pohlaví je přitom snad nejběžnější. (Hewstone, Stroebe, 2006). Lze říci, že jakmile je osoba vnímána jako příslušník určité skupiny (např. národa), může naše vnímání jen těžko zůstat neovlivněno našimi znalostmi či zkušenostmi s touto skupinou. (Vybíral, 2000).

Je možné rozlišovat mezi stereotypem a předsudkem. Někteří odborníci mezi nimi rozdíl nečiní, jiní odlišují *předsudky* jako takové názory a postoje, které vyjadřují vesměs nepříznivý nebo nepřátelský vztah vůči jiným skupinám, zatímco *stereotypy* mohou být postoje neutrální, nebo dokonce obsahující příznivý, pozitivní vztah. Existují i *autostereotypy*, které jednotlivci či skupiny osob zaujímají k sobě samým.

Stereotypy či předsudky většinou nemají racionální jádro, nejsou potvrzeny výzkumem, bývají historického původu a přestože nemají v současnosti opodstatnění, vyznačují se vysokou setrvačností a přenášejí se z jedné generace na druhou. Například české stereotypy přisuzují Němcům pilnost, pracovitost a agresivnost, Francouzům galantnost, šarm, Rusům pohostinnost, srdečnost atd. (nicméně na základě průzkumů je nutné předpokládat určitou variabilitu stereotypů Čechů o jiných národech a etnikách v závislosti na věku, vzdělání a socioprofesionálním postavení). (Průcha, 2007). Na druhou stranu cizincům prý vadí neschopnost Čechů řešit konflikty a autostereotypem Čechů je

např. nedostatek národní hrdosti ve vztahu k dějinám, osobnostem či umění. (Šroněk, 2001).

Člověk s předsudky nebere ohled na individualitu nebo povahu druhého člověka, nezvažuje při posuzování druhých žádná alternativní vysvětlení. Někdo může například považovat všechny lidi, kteří pocházejí z téže části země jako on, za přátelské, aniž by k tomu měl nějaký konkrétní důvod. (Hayesová, 2000). Dokonce pokud je najednou konfrontován s důkazem, který vyvrací jeho předsudek či stereotyp, nedovolí či nepřipustí jeho změnu; jen zběžně ho přizná, ale nepřipustí si ho k tělu. (Morgensternová, 2007).

Obvyklé negativní hodnocení stereotypů však není úplně na místě, neboť se při něm ukazují i určitá pozitiva. Pro stereotyp je charakteristická jeho poznávací funkce, která představuje zjednodušené intelektuální znázornění jiných tím, že upozorní na nejvýraznější odlišnosti. (Šroněk, 1999). Přesto zůstává stereotypizace chápána spíše negativně, přičemž zbavit se předsudků i stereotypů je obtížné. V jejich vývoji je však podle Middletona důležitým faktorem kultura, z níž člověk pochází. (Hayesová, 2000).

Na závěr nemohu neuvést následující citát, který dle mého názoru velice hezky vystihuje národní stereotypy. V knize Ivana Šronka *Kultura v mezinárodním podnikání* je označen jako anonymní a je napsán v angličtině, ve které bych si dovolila ho ponechat: „*Heaven is where the police are British, the chefs French, the mechanics German, the lovers Italian, and it is all organized by the Swiss. Hell is where the police are German, the chefs British, the mechanics French, the lovers Swiss, and it is all organized by the Italians.*“ (Šroněk, 2001, s.161).

5 Chování lidí a atribuční teorie

Chování lidí si můžeme osvětlit na základě několika teoretických skutečností, přičemž zastřešujícím pojmem je *atribuční teorie*, která zkoumá, jak lidé vysvětlují vlastní jednání a jednání druhých. (Hayesová, 2000).

5.1 Kauzální atribuce

Pojmem souvisejícím s atribuční teorií je *kauzální atribuce*, což je proces dedukce, kterým pozorovatel přisuzuje následek jedné či více příčinám. (Hewstone, Stroebe, 2006).

Kelley uvedl dvě teorie kauzální atribuce. V prvním případě má pozorovatel informace z různých pozorování, z různé doby, z různých situacích a je schopen vnímat *kovariaci* pozorovaného efektu a jeho možných příčin. (Hewstone, Stroebe, 2006). To znamená, že sleduje, kdy a jak často dochází k podobným událostem. (Hayesová, 2000). V druhém případě má pozorovatel k dispozici jediné pozorování a musí do svého úsudku zahrnout *konfiguraci* faktorů, které jsou možnými příčinami pozorovaného jevu. Využívá tzv. *kauzální schémata*, což jsou hotová přesvědčení, předsudky, a dokonce ze zkušenosti vycházející teorie o tom, jak se různé příčiny ovlivňují a vedou k určitým výsledkům. Pozorovatel může informace interpretovat tak, že je porovnává s těmito schémata a integruje je do nich. (Hewstone, Stroebe, 2006).

Kovariace má tři dimenze: konzistentnost, konsenzus a charakterističnost. *Konzistentnost* se týká stálosti jednání určité osoby, kterou vyvodíme na základě znalosti jejího jednání při předchozích příležitostech. *Konsenzus* se týká toho, jestli se druzí chovají podobně. *Charakterističnost* znamená, na koho je jednání zaměřeno. (Hayesová, 2000).

5.2 Chyby a zkreslení v procesu atribuce

Chování a události si vysvětlujeme jednak *dispozičními příčinami* (povaha člověka) a jednak *situačními příčinami* (vliv situace nebo okolností).

Tendence přičítat lidské chování vlastnostem či povaze té které osoby a zanedbávat situační informace je známa jako *základní atribuční chyba*. Ta je zvláště zřetelná tehdy, když porovnáváme vlastní chování s chováním druhých lidí. Když přemýšlíme o vlastním chování, máme tendenci usuzovat na situační příčiny – zohledňujeme tedy situaci, ve které se nacházíme, a to, jak ovlivňuje naše jednání. Ale

pokud pozorujeme jednání druhých, vysvětlujeme si je spíše jejich názory a vlastnostmi, a to i tehdy, když jde o úplně stejnou událost. (Hayesová, 2000). Z toho vyplývá, že si účastníci sociální interakce vysvětlují stejný výsledek odlišně a odlišně ho i vnímají. Prvním vysvětlením je, že aktér či sebezposuzující osoba má k dispozici více informací. O vlastním chování v minulosti a napříč různými situacemi toho víme víc než o chování druhých. Druhé vysvětlení je zajímavější a tvrdí, že rozdíl v atribucích aktéra a pozorovatele je dán zaměřením pozornosti. (Hewstone, Stroebe, 2006).

Na druhé straně existuje jev označovaný jako *mylná paralela* (tendence vyvozovat závěry o osobních rysech aktéra na základě pozorovaného chování, i když je tento závěr neopodstatněný, protože jsou přítomné další možné příčiny chování). Mylná paralela se liší napříč kulturami. S přechodem od více individualisticky zaměřených kultur (např. západní Evropa, Severní Amerika) ke kolektivněji orientovaným kulturám (např. asijské země), ubývá dispozičních a přibývá situačních atribucí.

Navzdory důkazům o tom, že lidé systematicky více přisuzují příčiny chování osobám než situaci, není to pravidlem vždy a všude. Za určitých okolností lidé v přehnané míře vysvětlují chování druhého člověka situačními faktory: nejčastěji tehdy, kdy je chování v rozporu s předchozími očekávaními a kdy je pozornost zaměřena na situační faktory, které by mohly vyprovokovat chování dané osoby. (Hewstone, Stroebe, 2006).

Při posuzování chování druhých lidí je dobré mít na paměti skutečnost, že ve svém každodenním životě prezentují lidé obrázek o sobě, který je blíže tomu, jakými by chtěli být, než tomu, jací doopravdy jsou. (Vybíral, 2000).

6 Determinanty chování

Řada současných psychologů zastává názor, že duševní život člověka i jeho mezilidské vztahy ovlivňuje *souhra genetických a socio-kulturních determinant*. Osobnost, chování a vystupování jednotlivce jsou tedy interakcí mezi vrozenou výbavou a individuální socio-kulturní zkušeností. (Nakonečný, 2009).

Z řady faktorů, které determinují lidské chování, jsou níže uvedeny některé z nich. Kultura jako nejdůležitější faktor pro potřeby této práce je uvedena v samostatné kapitole.

6.1 Vnější determinanty chování

6.1.1 Společenské normy

Sociálními normami jsou pravidla, zásady chování lidí vůči sobě nebo způsoby řešení sociálních situací. Funkcí norem je regulace chování a myšlení lidí. Sociální norma se vztahuje ke konkrétnímu sociálnímu subjektu – skupině, obyvatelům oblasti, státu atd. Není normou, kterou jednatel přijímá sám pro sebe. Jako společné pravidlo ji přijímá skupina jednotlivců.

Osobní norma je naopak pravidlem, které jednatel přijímá a stanovuje si pro sebe. Jednatel je nositelem osobní i sociální normy.

Deskriptivní normy popisují, co se skutečně dělá, co je obvyklé, typické nebo normální. Je to běžný způsob řešení určitých situací, běžný způsob chování se v nich.

Injunktivní normy zase určují, co se má dělat a co ne. Obsahují pravidla nebo přesvědčení týkající se toho, co tvoří morálně schvalované a neschvalované chování. Jejich součástí jsou i sociální sankce. (Výrost, Slaměník, 1998).

6.1.2 Chování druhých lidí

Jedinec může ovlivnit chování druhých tím, že bude preferovat určitou volbu, respektive se rozhodne právě tak, jak se rozhodne. Tento jev označujeme jako *behaviorální kontrolu*. Chování druhých ovlivňujeme při rozhovoru např. tím, jak hlasitě či tiše mluvíme, zda necháme druhého domluvit, nebo mu skáčíme do řeči. Je-li behaviorální chování vzájemné, nastává tzv. *koordinace*. Příkladem je střídání stran v rozhovoru. (Hewstone, Stroebe, 2006).

6.1.3 Přítomnost druhých lidí

Výzkumy efektu obecnstva ukazují, že se v přítomnosti druhých chováme jinak, než když nás nikdo nepozoruje. Tyto rozdíly zahrnují i *sociální lenivost*, kdy se úsilí, které lidé vynakládají při společné činnosti, snižuje, jsou-li přítomni i jiní lidé. Důležitým faktorem je zde anonymita či „skrytí v davu“.

Sociální facilitace je naopak jev, podle kterého přítomnost druhých osob zjednodušuje provedení úkolu. Jeho podmínkou je zřejmě jistá rivalita. (Hayesová, 2000).

6.1.4 Vliv skupiny a autority

Skupina si většinou vytváří své vlastní normy a ideje a od jejích členů se čeká, že se podle nich budou chovat. (Hayesová, 2000). Chování jedince může být výrazně ovlivněno chováním většiny či menšiny ve skupině. Mnohé studie potvrzují skutečnost, že izolovaní jedinci jsou snadno ovlivněni jednotnou většinou, i když se tato většina mylí. Za příčinných okolností však může být sama většina ovlivněna aktivní menšinou. (Hewstone, Stroebe, 2006).

Co se týče vlivu autority na chování člověka, lidé, kteří jsou normálně nezávislí a rozhodní, mohou být ochotni uposlechnout druhé i tehdy, když by to bylo proti jejich přesvědčení. V tzv. *autonomním stavu* se lidé chovají podle vlastního svědomí, hodnot a ideálů. Pokud jsou však vystaveni působení autoritativního člověka, mohou se ocitnout ve *stavu zástupném*. Přestanou cítit odpovědnost za své činy. Místo ní cítí jen odpovědnost vůči autoritě. (Hayesová, 2000).

6.2 Vnitřní determinanty chování

6.2.1 Osobnost člověka

Každá lidská bytost je svým způsobem jedinečná a projevuje se odlišně. V chování každého člověka se ale odráží jeho míra sebevědomí, dominantní či naopak submisivní zaměření. (Nakonečný, 2009). Svou roli hraje v projevu jedince i míra asertivity.

Sebevědomí znamená vědomí vlastní ceny, kvalit a schopností a víra v ně a v budoucí výkony. (Hartl, 1993). Nízkou míru sebevědomí prozrazuje nevýrazná, tichá mluva, skleslá a stažená „řeč těla“ a celková plachost. Míra sebevědomí může být vyjádřena i v celkovém nesení hlavy. (Nakonečný, 2009).

Co se týče dominance a submisivity, *dominantní člověk* má sklon ovládat druhé a je pro něj typický vysoký stupeň egocentrického sebeprosazování. (Hartl, 1993). V rozhovoru se dominance projevuje kontrolou rozhovoru subjektem, skákáním do řeči, blahosklonnými gesty atd. (Nakonečný, 2009). *Submisivní člověk* má tendenci podřizovat se, nechat se vést a ovládat druhými. (Hartl, 1993).

Asertivita znamená umění přiměřeně se prosadit či bránit v situaci, ve které se právě nacházíme. Asertivní jednání nemá být agresivní ani pasivní. Asertivně jednající člověk dokáže věcně čelit kritice (zvláště neoprávněné), manipulaci, afektovaným a agresivním výpadům, které jsou namířeny vůči němu.

Pasivní jedinec je plachý, neprůbojný, snadno se cítí pokořen a zahanben neúspěchem a v kolizích má tendenci stáhnout se, „vyklidit pole“, utéci nebo být nenápadný. Svůj názor neprosadí kvůli strachu, který prožívá.

Agresivní jedinec naopak snadno „vyletí“, velmi podrážděně reaguje na jakoukoli kritiku a má tendenci ihned oplácet, vracet, vyvolávat slovní půtky a eskalovat napětí. Ani tento jedinec neumí prosadit svůj názor, protože ho umí jen rozčileně vykřičet, čímž odradí většinu posluchačů.

Asertivně jednající jedinec se spoléhá na vlastní názor, který o sobě má, víc než na názor druhých; udělá-li něco za druhého, pak jedinečně z vlastního svobodného rozhodnutí; může se rozhodnout i nelogicky a není povinen nikomu vysvětlovat, proč se tak rozhodl; má právo chovat se nezávisle na tom, zda to druzí budou schvalovat; má právo chybovat, změnit názor, neomlouvat se; právo říct, že něco neví; právo prohlásit, že tomu či onomu nerozumí a právo pronést, že některé věci jsou mu takříkajíc „jedno“. (Vybíral, 2000).

6.2.2 Sociální motivace

Lidské chování je vědomě či nevědomě zaměřeno na dosažení určitého cíle a jako takové se vyznačuje určitou intenzitou a trváním v čase. Tyto procesy, které determinují zaměření, sílu a trvání chování, se označují jako *motivace*. Výchozím stavem motivace je *potřeba*. Dosažení cílového objektu a dovršující reakce vede k *uspokojení*. *Motiv* vyjadřuje obsah uspokojení a psychologický důvod chování. *Motivování* je vnější podnět, který vyvolá motivaci tím, že aktivuje nějaký motiv; být motivován znamená být podnícen k nějakému zacílenému chování.

Chování, či jeho specifická forma – *jednání* – je zvláštní jev, je to u zkušeného jedince naučený instrumentální vzorec, tedy nástroj, jehož funkcí je dosažení dovršující reakce (uspokojení).

Vzorec motivovaného chování se utváří učením, a je proto interindividuálně různý a odlišný i s ohledem na danou situaci. Uplatňují se ovšem i vlivy kultury. Potřeby, které jsou pro určitou kulturu typické, nejsou v jiných kulturách dominantní nebo i zcela chybí. Jiné potřeby jsou univerzální, ale jsou v různých kulturách spojeny s odlišnými vzorci instrumentálního chování.

Svou roli v chování člověka hrají i nevědomé motivy: i při záměrném jednání si jeho subjekt nemusí uvědomovat jeho skutečné psychologické důvody.

Obecnými principy motivace jsou maximalizace příjemného a minimalizace nepříjemného, dodržování a restaurace psychické rovnováhy. (Nakonečný, 2009).

6.2.3 Emoce

Emoce výrazně ovlivňují sociální interakce a silně působí i na motivaci člověka.

Emoce, podobně jako řada dalších pojmů, v odborných i laických kruzích představuje tzv. *hypotetický konstrukt*. Není přímo pozorovatelný, ale je vyvoditelný z řady příznaků a z komunikace. Zcela zásadní složkou konstruktu emocí je *nutkání jednat* na základě vyhodnocení působící situace.

Projevování emocí nám umožňuje nejen dávat najevo reakce na určitou událost, nýbrž naznačuje i tendenci k jednání (např. agrese v důsledku prožívaného vzteku). Tato okolnost v mnohých případech dokáže do vysoké míry předpovědět, jak bude interakční proces probíhat. Jednání s druhým člověkem se bude značně lišit podle toho, zda budeme mít např. strach nebo vztek.

Pocitová složka emocí umožňuje ovládat a kontrolovat emoční chování. Při sociální interakci bývá kontrola emocí využívána záměrně, cíleně.

Konkrétní způsoby prožívání emocí jsou do vysoké míry podmíněné příslušností ke konkrétní sociální skupině a také kulturou, v níž jedinec žije. Pro většinu kultur ale platí, že projevované emoce jsou rozpoznatelné i příslušníky kultur jiných. Obecně pak platí, že ženy jsou emotivnější než muži.

Emoce mohou být doprovázeny viditelnou, projevující se fyziologickou aktivitou (zčervenání, zrychlené dýchání atd.), která prvořadě neslouží ke komunikaci, ale lze na jejím základě usuzovat o prožívajících emocích pozorovaného jedince. (Hewstone, Stroebe, 2006).

6.2.4 Postoje

Definice, kterou předložili Krech, Crutchfield a Ballachey v roce 1962, charakterizuje *postoje* jako stabilní systémy pozitivního nebo negativního hodnocení, emočních pocitů a technik jednání týkajících se sociálních cílů. Tato definice zdůrazňuje, že postoje se týkají činnosti či jednání. Způsobují, že se častěji chováme určitým způsobem. (Hayesová, 2000).

Pouhá přítomnost předmětu postoje může automaticky vyvolat hodnotící reakci bez vědomých myšlenek či vzpomínek. Je důležité, že takovéto automatické postoje mohou ovlivňovat zdánlivě nesouvisející hodnocení či chování, aniž by si člověk jejich vliv uvědomoval. Greenwald a Banaji k označení tohoto vlivu použili pojem *implicitní postoje*. (Hewstone, Stroebe, 2006).

V samém základu postojů člověka leží *hodnoty*. Ty slouží jako standardy, podle nichž posuzujeme vlastní chování i chování ostatních.

Postoje se většinou popisují pomocí tří dimenzí, z nichž každá přispívá k celku: *kognitivní dimenze* – týká se názorů a myšlenek, které osoba má o předmětu postoje; *emocionální dimenze* – týká se toho, co osoba cítí k předmětu postoje, čili emocí či emocionálních reakcí; *konativní* nebo *behaviorální dimenze* – týká se sklonů k chování či jednání ve vztahu k předmětu postoje. Výzkumy emocionální dimenze poukázaly na důležitost hodnot pro lidské chování. Výzkumy kognitivní a konativní dimenze pak naznačily, že postoje a chování nemusejí být vždy v souladu. Stejně tak postoje, které naznačuje chování jedince, se nemusejí vždy slučovat s jeho názory a osobními hodnotami. (Hayesová, 2000).

Nejdůležitější klasickou teorií vztahu mezi postojem a chováním je *teorie odůvodněného chování*, která předpokládá, že postoje a subjektivní normy společně predikují behaviorální intence, a tedy i chování. Tato teorie byla rozšířena na *teorii plánovaného chování*, kdy kromě postojů a subjektivních norem působí jako třetí predikátor behaviorální intence a chování také vnímaná kontrola chování. V roce 1987 Snyder a DeBono zjistili, že postoje lidí s vysokou mírou sebezpozorování (kteří své chování upravují tak, aby vyhovovalo situačním podmínkám a reakcím ostatních) mají spíš funkci sociálního přizpůsobení než vyjadřování hodnot, zatímco opak platí pro lidi s nízkou mírou sebezpozorování (jejichž chování je především odrazem jejich vnitřních stavů a dispozic). (Hewstone, Stroebe, 2006).

Podle některých badatelů jsou postoje naučené. To znamená, že tedy získáváme postoje v průběhu běžného sociálního života: částečně z rodiny, kde vyrůstáme, a

částečně od lidí, s nimiž se stýkáme. Jiní zase zastávají názor, že postoje jsou z velké části vrozené. Tato myšlenka vychází z faktu, že vrozené jsou některé osobnostní rysy a ty pak tvoří základ postojů. (Hayesová, 2000).

7 Kultura a její vliv na člověka

Kultura je definována různě. Jedna z definic označuje *kulturu* jako zvyky a způsoby chování s důrazem na opakované projevy chování, které jsou rozpoznávány jako „obvyklé“ v daném prostředí.

Pohled na člověka prizmatem kultury nám dovoluje postihnout dva její základní znaky: velkou rozmanitost lidského chování v různých společnostech a zvláštní vazbu mezi individuálním chováním a kulturním kontextem, v němž probíhá.

Klíčovým tématem výzkumů vztahu člověka a kultury je téma *transmise*, tj. mezigenerační přenos kultury, který dokládá již od raného věku dětí sílu kultury a její moc nad individuálními formami života, prožívání a chování. (Výrost, Slaměník, 1998). Na základě výzkumů můžeme říci, že děti žijící v různých kulturách mají osvojené jiné hodnoty, chovají se jinak. (Hewstone, Stroebe, 2006). Svou příslušnost k nějaké kultuře si dítě začne uvědomovat už v mladším školním věku. (Morgensternová, 2007).

Podobnosti v *kulturních vzorcích* u příslušníků téhož národa vedou k úvahám o národní či národnostní „mentalitě“. Příklady kulturních vzorců jsou obvyklost kulturních rituálů, ale také hodnoty, ideály, tradované příklady a vzory, normy a pravidla chování ve společenském styku. Na základě kulturních vzorců se jistým způsobem zdravíme, omlouváme, loučíme atd. (Vybíral, 2000). Podle Argylea si příslušníci kultury nejsou vědomi toho, jak se jejich hodnoty liší od hodnot jiných společností nebo jak odlišný je proces sociální interakce. (Nakonečný, 2009).

Rozdíly mezi jednotlivci jsou interpretovány jako odchylky či variace od (psychické) normy či invariantu a jsou připisovány právě kultuře. „Příroda“ v člověku se přisuzuje role invariantu. Zajišťuje u každého jedince stejné psychické dispozice, funkce a procesy nezávisle na zemi, společnosti, klimatu a kultuře. (Výrost, Slaměník, 1998). Kultura a její jednotlivé prvky jsou tedy naučeným chováním, nepřenáší se biologicky. (Šroněk, 2001).

K popisu kultur se používají tzv. *kulturní standardy*. Jsou to zobecněné skupiny rysů dané kultury, které jsou pro sledovanou kulturu příznačné. (Morgensternová, 2007).

Součástí poznání úlohy mezikulturních rozdílů je i uvědomění si existence tzv. etnocentrismu. *Etnocentrismus*, možná správněji kulturní centrizmus, je domněnka nebo předpoklad, že kultura určité doby, skupiny nebo společnosti je centrem, podle něhož se posuzují kultury ostatní. Lidé žijící v dané kultuře ve většině případů přistupují

k příslušníkům jiných kultur s pohledem „my“ a „oni“. Základním etnocentrickým přístupem je, že to, co činí, a to v nejširším možném pojetí, osoba a skupina nebo společnost příslušející k určité kultuře, jejímž jsem členem, je správné. Naopak to, co činí příslušníci jiných kultur, je nesprávné. Přístup označovaný jako „my“ a „oni“ vede často k nadřazenosti, vyvyšování jedněch nad druhými. (Šroněk, 1999).

Jednotlivé kultury se od sebe nemusejí nutně ve všech ohledech lišit. Například fakticky neexistují neagresivní kultury. Agresivní chování je u člověka omezováno a usměrňováno kulturními normami, a tak se původní fyzická forma agrese sublimuje do takových forem, jako je nadávání, osočování, nevěcné kritizování, dobírání si někoho, ironie a intrikování. (Nakonečný, 2009).

Na druhou stranu má každá kulturní skupina specifickou morálku čili svůj „mravní kodex“, jehož obsah je více nebo méně odlišný od jiných skupin. Zahrnuje kupříkladu rozdílné chápání pravdy a lži nebo poctivosti. (Průcha, 2007).

7.1 Národní kultura

Každý jedinec si nese do života několik vrstev kultury (např. vlastnosti konkrétní rodinné kultury). Avšak společná vrstva je ta, která je vytvářena příslušností jedince k určité zemi, k určitému národu. Je označována jako *národní kultura*. Hlavním určujícím rysem národních kultur jsou hodnoty, tedy regulační mechanismy lidského chování, jež jsou pro určitou společnost charakteristické a projevují se v jejích sdílených normách, postojích, názorech a preferencích. (Průcha, 2010). V mnoha kulturách, avšak ne ve všech, mají hodnoty základ v náboženství.

Za jednotlivé elementy národní kultury, které tvoří integrální celek, se obvykle považují právě náboženství, jazyk, národnost, vzdělávací systém, přístup k času, příslušnost k etnickým skupinám, společenské skupiny a některé další.

Otázkou je, zda lze vůbec dát rovnítko mezi kulturou a stát. U států, které jsou homogenní národnostně nebo jazykově, je téměř bezvýhradně možné hovořit o jednotě mezi státem nebo kulturou. Do této skupiny patří jednoznačně Japonsko. To je příklad země národnostně a jazykově téměř homogenní s tím, že mimo její hranice nejsou ucelenější skupiny Japonců, které by působily na kulturu jiných zemí. V některých zemích převažují regionální charakteristiky do té míry, že příslušnost k „národní“ (celostátní) kultuře je druhořadá. Příkladem může být Baskicko nebo Katalánsko a jejich vztah ke Španělsku.

Přestože řada argumentů hovoří ve prospěch rovnítka mezi kulturou a státem, neplatí to pro všechny státy, přičemž je mnoho států, u nichž tomu tak není vůbec. Kultura se tedy nerovná státu, nýbrž jazykovým, etnickým nebo náboženským skupinám. V řadě zemí žije i určitý počet osob patřících do dvou kultur či subkultur. Zcela opačné je to u osob, které se cítí nebo mohou cítit příslušníky „nadmárodní“ kultury, překračující hranice států (muslimové, židé aj.).

Navzdory některým výhradám lze ale ve většině případů předpokládat, že při praktickém jednání s obyvateli jednoho státu bude spíš převažovat jejich příslušnost k jednotné národní kultuře dané země nad rozdíly mezi subkulturami působícími uvnitř té které země. (Šroněk, 2001).

7.2 Typologie národních kultur podle Hofstedeho

Koncem 60. a 70. let minulého století nizozemský psycholog Geert Hofstede zpracoval obrovský soubor dotazníků, které vyplňovali zaměstnanci firmy IBM (pobočky v různých zemích světa, účastnilo se 66 národností v 50 zemích). Otázky v dotazníku se vztahovaly k hodnotám. Ze získaných dat Hofstede odvodil čtyři dimenze národní kultury, později připojil ještě pátou. Jsou to *individualismus-kolektivismus*, *maskulinita-feminita*, *vyhýbání se nejistotě*, *mocenský odstup* a *dlouhodobá-krátkodobá orientace*. Tyto dimenze mají jednotlivé národní kultury přehledně rozčlenit.

Četné výzkumy Hofstedeho teorii na jedné straně prohlubují, některé další k ní vznášejí kritické výhrady. V letech 1993-1997, téměř 30 let po původním výzkumu Hofstedeho, provedl americký psycholog Merrit zkoumání, které v podstatě potvrdilo, že Hofstedeho rozlišování interkulturních dimenzí má platnost i v současnosti a mnozí odborníci také z jeho práce vycházejí. (Průcha, 2007). Já sama považuji tuto teorii za seriózní. Setkala jsem se s ní v několika publikacích a myslím, že je vzdálená stereotypním představám o jednotlivých kulturách, i když ji určitě nelze vztahovat na každého jedince a považovat ji za „zákon“.

Pro potřeby této práce bych se chtěla blíže věnovat pouze prvním třem dimenzím.

7.2.1 Individualismus a kolektivismus

Převážná část lidstva žije ve společnostech, v nichž zájem skupiny převažuje nad zájmem jednotlivce – takové *společnosti* nazývá Hofstede *kolektivistické*. Menšina lidí

na světě žije ve společnostech, v nichž zájem jedince převládá nad zájmy skupiny – tyto společnosti jsou nazývány *individualistické*. (Průcha, 2007).

Obecně je individualismus typický pro severoamerickou a západní kulturu, zatímco kolektivismus pro kulturu východní. Za individualistické země je pokládána Kanada, Nizozemsko, Německo či Česká republika, za méně individualistické Slovensko a za kolektivistické například Japonsko či románské kultury jako Francie nebo Španělsko. (Morgensternová, 2007; Průcha, 2007).

Lidé z kolektivistických kultur očekávají ve větší míře pozitivní chování od druhých, než je tomu u lidí z individualistických kultur. (Morgensternová, 2007).

V individualistických společnostech je vysoko hodnocena asertivita, ale méně pozitivně je hodnocena ve společnostech kolektivistických. (Průcha, 2007).

Osobám náležejícím do kolektivistické kultury také výrazně záleží na tom, jak se budou jevit jiným. (Šroněk, 1999).

Pro výrazně individualistické kultury je příznačné *sebevyvyšování*, tedy snaha prezentovat sebe sama v pozitivnějším světle, než odpovídá normálu. Z toho ovšem nevyplývá, že je toto chování zcela vyloučeno v některých kolektivistických kulturách. Nicméně např. pro Japonce je typické nízké sebevyvyšování.

Platí tedy, že v individualistické národní kultuře se mohou vyskytovat i určité prvky typické pro kulturu kolektivistickou a naopak. (Průcha, 2007).

7.2.2 Maskulinita a feminita

Maskulinita vyjadřuje zastoupení a vliv „mužského prvku“ v hodnotách určité společnosti (např. průbojnost, soutěživost). Maskulinita se vztahuje na kultury, v nichž jsou rodové role zřetelně odlišeny, a *feminita* na kultury, v nichž se rodové role překrývají. (Průcha, 2010).

V maskulinní společnosti se od mužů očekává, že budou rozhodní, asertivní, orientovaní na výkon, budou uznávat materiální hodnoty a úspěch. Ženám jsou přisuzovány tradiční ženské hodnoty, vlastnosti a schopnosti, tj. umírněnost, solidarita, citlivost, prohlubování mezilidských vztahů atd. (Morgensternová, 2007).

Mezi maskulinní země se řadí Japonsko a Slovensko, mezi femininní Nizozemsko a Česká republika. (Průcha, 2007).

7.2.3 Vyhýbání se nejistotě

Jedná se o rozsah, v němž se příslušníci kultury cítí ohroženi nejistými či neznámými situacemi. Tato dimenze vyjadřuje, nakolik lidem určité kultury vadí např. podstupovat riziko různých změn, zda se těmto změnám přinášejícím nejistotu snaží raději vyhýbat.

Země se silným vyhýbáním se nejistotě je Japonsko, Česká republika, slabě se vyhýbají nejistotě např. Slováci. (Průcha, 2007).

7.3 Interkulturní komunikace

Interkulturní komunikace je druh komunikace, které se účastní příslušníci odlišných kultur. Vyznačuje se tím, že účastníci komunikace narážejí na rozdíly ve vzájemných komunikačních stylech a na rozdílné vnímání a chování. Interpretace verbální i neverbální zprávy je v interkulturní situaci mnohem obtížnější než při běžné monokulturní komunikaci (příslušníci stejné kultury). Pokud člověk při interkulturní komunikaci nerozumí nečekané reakci ze strany druhého partnera, dosadí si do kontextu svoje vlastní kulturní zdůvodnění. Z toho mohou pramenit nejrůznější nedorozumění či trapné situace. Nedorozumění nastávají také tehdy, když člověk předpokládá univerzální lidskou podobnost a vychází z toho, že druhý člověk komunikuje stejným způsobem. (Morgensternová, 2007). Platí, že čím větší je kulturní odlišnost komunikačních partnerů, tím vyšší je pravděpodobnost výskytu komunikačních bariér. (Průcha, 2010).

Lidé, kteří jsou začleněni do nějakého typu interkulturní komunikace, se setkávají s tím, že existují dvě vrstvy této komunikace: jedna je spjata se samotným jazykem, s jehož pomocí se komunikuje; druhá je spjata s konvencemi a rituály, které doprovázejí sociální styk. Tato druhá vrstva komunikace je označována jako *komunikační etiketa*. Problémy vznikají, když účastníci interkulturní komunikace ovládají příslušný jazyk, avšak neznají – nebo znají, ale nerespektují – pravidla komunikační etikety svých partnerů. V některých kulturách má komunikační etiketa velice významnou roli. (Průcha, 2007). Například pro japonskou národní kulturu je součástí etikety úklon – historický pozdrav při setkání i loučení, který má svá specifika a vychází z neochoty po fyzickém kontaktu s jinými. (Šroněk, 2001). Pro komunikační etiketu platí, že je výrazně kulturně specifická. Tudíž to, co může být v jedné kultuře akceptovatelné, už v druhé může znamenat „trapas“. (Morgensternová, 2007).

Vzhledem k velké kulturní rozmanitosti můžeme říci, že význam určitého systému komunikace (jazyk, specifická gesta a způsoby chování) v jedné kultuře může příslušníkům jiných kultur unikat. (Nakonečný, 2009).

7.3.1 Neverbální komunikace v interkulturním aspektu

Některé složky našeho neverbálního chování jsou vrozené a geneticky dané a způsobují interkulturní podobnost v neverbálním chování. Ale většina složek v našem neverbálním projevu je dána kulturním kontextem, v němž vyrůstáme, a naší životní zkušeností.

Nejvýraznější kulturní rozdíly jsou v oblasti proxemiky čili interpersonální vzdálenosti. Lidem z kolektivistických kultur se v tomto ohledu zdají být příslušníci individualistických kultur příliš dotěrní a naléhaví, protože mají tendenci udržovat větší interpersonální blízkost. Naopak lidem z individualistických kultur se příslušníci kultur kolektivistických zdají být příliš odtažití. V asijských kulturách je vzájemnou vzdáleností vyjadřována zdvořilost, což v evropském kontextu není tak markantní.

Některé kultury vykazují větší intenzitu pohybů těla než jiné. Národy jako např. Italové či Španělé jsou pohybově více výrazní než např. Asiaté. Při komunikaci používají také větší množství gest, která podporují a dobarvují jejich mluvené slovo. Naopak např. přitakávání hlavou je častější v Japonsku než v Evropě. Stejně tak základní postoje mohou odrážet ducha dané kultury. V Evropě či USA je pozitivně vnímán vzpřímený a sebevědomý postoj, zatímco u asijských kultur zejména ženy působí schouleným či do sebe uzavřeným dojmem.

Co se týče již zmíněných gest, každá kultura má svá vlastní gesta, která jsou mimo její rámec obtížněji srozumitelná.

V oblasti mimiky se rovněž uplatňují interkulturní rozdíly. Asijské kultury v porovnání např. s evropskou či americkou kulturou spíše zachovávají neměnný výraz tváře. (Morgensternová, 2007). Při usmívání vyjadřují Evropané a Američané úsměvem sympatie, přátelský vztah, dobrou náladu aj. V kultuře Japonců je úsměv ale často výrazem nejistoty, omluvy, rozpaků, zmatku, což je někdy Evropany interpretováno jako negativní gesto. (Průcha, 2007).

Kulturou podmíněny jsou i intenzita a přímota očního kontaktu. Intenzivní oční kontakt je typický např. pro oblast Středoziemního moře. Evropa mimo Středozeší se vyznačuje méně intenzivním, či spíše umírněným očním kontaktem. Asijské kultury se vyznačují naopak nepřímým očním kontaktem. (Morgensternová, 2007).

Specifickou záležitostí interkulturní komunikace je způsob oslovování. U jednotlivých etnik a národů se uplatňuje vyšší či nižší míra formálnosti, oficiálnosti v oslovování. (Průcha, 2007).

Mezi složky neverbální komunikace mohu, myslím, zařadit i odlišný přístup kultur k času. Na jeho základě se rozlišují *kultury monochronické a polychronické*. Příslušníci monochronických kultur se dostavují na dohodnuté schůzky přesně a čas pro ně hraje důležitou roli. Silně monochronické jsou Německo nebo Japonsko. Příslušníci polychronických kultur jsou naopak flexibilní, řeší více problémů najednou a nekladou důraz na časový plán. (Morgensternová, 2007). Mezi silně monochronické země patří i Nizozemsko a mezi mírně monochronické státy jižní a východní Evropy (některé státy jižní Evropy ale dle mého názoru patří spíše do kategorie polychronická kultura). Některé země přecházejí postupně z jedné skupiny do druhé – Japonsko ze silně monochronické do polychronické. Je třeba si uvědomit, že i v sebemonochroničtějším kulturách jsou lidé se zcela opačným přístupem k času a naopak. (Šroněk, 2001). Toto platí samozřejmě pro všechny elementy kultury.

7.3.2 Verbální komunikace v interkulturním aspektu

Jazyk, který lidé užívají, je považován za klíčový pro hlubší poznání kultury a člověka v ní. (Výrost, Slaměník, 1998).

Podle tzv. *teorie relativizmu* jednotlivé jazyky s sebou nesou určité nazírání na svět. Uživatelé určitého jazyka prostě „vidí“ okolní svět, jiné národy, etnika a jejich kulturu prizmatem svého vlastního jazyka. Dochází k tomu, že lidé mohou sice zvládnout cizí jazyk, ale přesto neporozumí kultuře národa či etnika s ním spjaté. Tato skutečnost opět přispívá ke vzniku interkulturních komunikačních bariér. (Průcha, 2007). Teorie relativizmu je cílem kritiky, která namítá, že by v případě její platnosti v podstatě nemohla probíhat interkulturní komunikace, přesto však mnohé naznačuje, že je tato teorie validní.

Komunikační bariéry, které s sebou může interkulturní komunikace nést, jsou také jiné v situacích, kdy je pro komunikaci používán jazyk, jímž mluví jeden z partnerů jako jazykem mateřským, a jiné mohou být v situacích, kdy oba partneři používají nějaký zprostředkující jazyk, který není mateřským jazykem žádného z komunikujících partnerů.

Fakt, že jazyk člověka výrazně ovlivňuje, prokázal i výzkum, který odhalil, že mluvčí určitého jazyka mají sklon ke stejné verbální asociaci, ke specifické reakci na podnětová slova.

Pokud jde o verbální komunikaci, existují rozdíly mezi *kulturami s nízkým komunikačním kontextem a s vysokým komunikačním kontextem*. Nízký komunikační kontext je běžný v kulturách těch národů, které se vyjadřují explicitně, tj. vše, co má být sděleno, je vyjádřeno jednoznačně a není nutno obsah komunikace vyvozovat z kontextu. Takovouto komunikaci uplatňují např. Němci nebo Nizozemci. Češi nezvyklí na takto otevřenou komunikaci tím mohou být zaskočení. Vysoký komunikační kontext je příznačný pro kultury, jejichž příslušníci se vyjadřují méně otevřeně, často je nutné interpretovat skutečný obsah sdělení z kontextu, např. z doprovodného neverbálního chování mluvčího. Tento styl komunikace je charakteristický pro národy jižní Evropy (Italy, Francouze, Španěly), ale rovněž např. pro Japonce. U Japonců je přímé negativní vyjádření považováno za nezdvořilé. (Průcha, 2010).

V některých kulturách je běžné skákání do řeči, které je jinde nemyslitelné a zde jedna strana čeká, až druhá dokončí větu nebo myšlenku. Někde se čekání na odpověď nepohybuje v několika vteřinách, ale v minutách. (Šroněk, 1999).

Česká komunikace je na základě interkulturních výzkumů vymezována jako implicitní. To znamená, že důležité informace zůstávají nevysloveny a skryty pod povrchem. Skryté informace bývají vyjadřovány nepřímou, často pomocí různých komunikačních strategií (narážky, dvojsmyslnosti atd.). (Morgensternová, 2007).

7.4 Projevování emocí v závislosti na kultuře

Komunikace emocí je podle Argylea zčásti vrozena, ale je překrývána na kultuře závislými zvyky a pravidly. (Nakonečný, 2009).

Tato interkulturní odlišnost ve vyjadřování emocí byla prokázána. Jakými způsoby příslušníci různých etnik a národů mohou komunikovat své emoční stavy, závisí kromě kulturně daných komunikačních norem do určité míry i na tom, co jim umožňuje jejich typ jazyka. Například v ruštině existují slova a fráze s vysoce emocionálním nábojem, které nemají ekvivalenty v angličtině. S tím souvisí interkulturní odlišnosti ve vyjadřování zdvořilosti a celkovém zdvořilostním chování. Zatímco v některých společnostech je vyjadřování zdvořilosti poměrně strohé a

jednoduché, v jiných společnostech představuje celý systém rituálů doprovázejících omluvy, prosby atd. (Průcha, 2007).

Morgensternová uvádí, že většina emocí je kulturně univerzální. Rozdíly jsou však v intenzitě jejich projevování a v kontextu, ve kterém se projevují. Podle vyjadřování emocí lze *kultury* rozdělit na *afektivní a neutrální*. V afektivních kulturách mají jedinci tendenci přirozeně vyjadřovat svoje emoce, zatímco v neutrálních kulturách je spíše skrývají a jejich projev v určitých situacích považují za nevhodný. V afektivních kulturách jsou verbální a neverbální reakce bezprostřednější. (Morgensternová, 2007). Například kultura Španělů se vyznačuje poměrně velkým rozsahem emočního chování, kdežto v neutrálních kulturách, jako je Německo nebo Japonsko, se emoční chování v oficiální komunikaci neprojevuje, resp. je považováno za nevhodné. (Průcha, 2007). Česká kultura by se zařadila také spíše do kategorie neutrální, protože nás vede k sebeovládání a kontrolování svých pocitů, máme tendenci své emoce skrývat. (Morgensternová, 2007).

8 Základní charakteristiky k vybraným zemím

Následující stručná charakteristika se vztahuje pouze na země, jejichž příslušníci jsou součástí mého zkoumání. Soustředila jsem se na informace o faktech, která mají vliv (jak je blíže rozebráno v předcházejících kapitolách práce) na národní kulturu, tedy náboženství, jazyk, národnostní složení.

8.1 Francie

Francie je jedním z nejstarších republikánských státních útvarů. V souladu s tradicí, historií i ústavou je Francie podstatně centralističtější než jiné evropské státy.

Úředním jazykem je francouzština a různé instituce bojují proti vlivu angličtiny na svou mateřskou řeč. Většina obyvatel je na svůj jazyk hrdá a protože je jedním ze světových jazyků, běžný Francouz často jinou řeč neovládá. (Šroněk, 2001).

Národnostní složení oficiální statistiky nesledují, nicméně imigranti by měli představovat 7 % obyvatelstva a každý pátý Francouz má zahraniční předky. Legální přistěhovalci do Francie se musí zavázat, že zajistí dobrou integraci svých dětí do francouzské společnosti, kterou se rozumí hlavně školní docházka. Francie patří mezi státy s nejvyšším přílivem nelegálních migrantů.

Církev je od roku 1905 oddělena od státu. Podle odhadu z roku 2006 je 51 % populace katolického vyznání a přes 30 % ateistů či agnostiků. [4]

8.2 Německo

Spolková republika Německo je parlamentní demokracií. Sestává ze 16 zemí a pravomoci jsou rozděleny mezi tyto jednotlivé země a zemi jako celek.

Většina obyvatel jsou Němci, jiné etnické skupiny tvoří zahraniční dělníci a jejich rodiny.

Úředním a obchodním jazykem je němčina. Ve spisovné němčině se často projevuje přízvuk, který napovídá, odkud hovořící osoba pochází. Kromě němčiny jsou mnozí Němci schopni domluvit se i anglicky či francouzsky.

Němci jsou značně nábožensky zaměřeni. (Šroněk, 2001). Přes 32 % Němců jsou katolíci, téměř 32 % evangelíci. [4]

Zřejmé rozdíly existují v Německu mezi mentalitou bavorskou, švábskou nebo hamburskou na jedné straně a saskou či berlínskou na straně druhé. Velmi citlivou se

v osobním styku může stát problematika vzájemných styků Němců a Čechů, které jsou stále poznamenány událostmi z doby válečné okupace. (Šroněk, 2001).

8.3 Nizozemsko

Nizozemsko je součástí Nizozemského království, které zahrnuje dále Nizozemské Antily a ostrov Aruba. Současná parlamentní demokracie v čele s konstitučním monarchou má silné kořeny. V posledních 100 letech byly na nizozemském trůně pouze ženy-královny. (Šroněk, 2001).

Národnostně je země hodně homogenní, přes 80 % obyvatelstva země jsou Nizozemci.

Přestože se v zemi vyskytují dvě křesťanská náboženství a novodobí přistěhovalci přinesli s sebou islám, velký počet obyvatel se nehlásí k žádnému náboženství (42 %).

Pro styk se zahraničím jsou Nizozemci jazykově možná nejlépe vybaveni z celé Evropy. Úředním jazykem je nizozemština, ale lidé běžně hovoří anglicky a německy. [4]

8.4 Španělsko

Španělské království, rozkládající se na větší části Pyrenejského poloostrova, se díky své poloze již v historii stalo významnou křižovatkou obchodu, kultur i civilizací. (Šroněk, 2001).

73 % obyvatel jsou Španělé, 18 % Katalánci a 2,5 % Baskové. [4]

Jižní a severní regiony země se značně liší. Katalánci z průmyslového severu se svým vystupováním a jednáním více blíží středoevropskému chování. Naproti tomu jihošpanělská Andalusie je více ovlivněna nedalekou africkou kulturou. Jižané bývají nejspolečenštější a nejotevřenější.

Španělská ústava zaručuje svobodu vyznání. Většina obyvatel jsou římsí katolíci a za věřící se považuje asi 80 % obyvatel.

Úředním jazykem je španělština. Schopnost Španělů dorozumět se v cizích jazycích je zpravidla nedostačující. (Šroněk, 2001).

8.5 Slovensko

Slovenská republika je svou rozlohou výrazně menší než Česká republika a počet obyvatel má Slovensko téměř o polovinu nižší než Česko.

Ke slovenské národnosti se hlásí 85,8 % obyvatelstva, k maďarské 9,7 %.

Zajímavé je, že v porovnání s Českou republikou, je velká část Slováků věřících (84 %). Téměř 69 % z nich se hlásí k římskokatolické církvi. Na Slovensku je registrováno 15 církví a náboženských společností.

Úředním jazykem je slovenština. Druhým nejpoužívanějším jazykem, hlavně v jižní oblasti Slovenska, je maďarština. [4]

8.6 Rusko

Ruská federace je složena z 21 národnostních republik a dále z řady oblastí, krajů, dvou měst federálního významu a dalších.

Přes 80 % obyvatel federace jsou Rusové, přičemž v zemi žije okolo 150 národů a národností. Mimo Rusů jsou nejpočetnější Tataři (3,8 %) a Ukrajinci (3 %).

Oficiálním jazykem je ruština, pro neruské národnosti je ruština většinou komunikačním jazykem. Kromě ruštiny zvláště mladší Rusové ovládají angličtinu.

Početná část Rusů vyznává pravoslavné náboženství a ruská pravoslavná církev má značný vliv i mimo náboženskou sféru. Vedle toho je mnoho Rusů bezvěrců. (Šroněk, 2001).

8.7 Japonsko

Japonsko je konstituční monarchií, a to na základě ústavy z roku 1947, v podstatě nadiktované Spojenými státy a platné více než 50 let. Císař není formálně hlavou státu, nýbrž „symbolem státu a jednoty japonského národa“.

Japonsko je národnostně téměř homogenní. Skoro 99 % obyvatel jsou Japonci, zbytek Korejci.

Japonština je jediným jazykem, jímž se všichni obyvatelé dorozumívají. Ve styku se zahraničím přichází v úvahu jako jediný dorozumívací jazyk angličtina. Přes ohromný poválečný vliv Američanů mluví ale dobře anglicky poměrně málo lidí.

V Japonsku vedle sebe existuje několik náboženství. Hlavní je šintoismus a buddhismus a v zemi jsou i menší křesťanské komunity a přívrženci taoismu. Filozofie,

respektive filozofické názory, mají značný vliv na osobní, rodinný i podnikatelský život. (Šroněk, 2001).

8.8 Kanada

Kanada je federativní konstituční monarchií. Formální hlavou státu je britský panovník (královna), kterého zastupuje generální guvernér, jmenovaný královnou na doporučení kanadského premiéra.

Kanaďané jsou poměrně religiózní, přibližně 45 % obyvatel jsou katolíci, 36 % protestanti a asi 12 % bez vyznání.

Úředními jazyky jsou angličtina a francouzština.

Při kontaktech s kanadskými subjekty je nutno mít na zřeteli jednak sousedství se Spojenými státy, konflikt mezi anglofonní a frankofonní částí země a multikulturní charakter společnosti.

Kanaďané chtějí být chápáni jako obyvatelé Severní Ameriky, ale ne jako Američané (ve smyslu Američanů z USA). Rozdíl mezi frankofonní a anglofonní provincií je zřetelný např. v odlišném zákonodárství. Kanadský multikulturalismus je součástí kanadské politiky vůči přistěhovalcům, kdy i občané druhé a třetí generace si ponechávají vědomí o kultuře, z níž vyšli. V roce 1988 byl dokonce schválen zákon o multikulturalismu, jehož cílem je, aby společenské, kulturní, ekonomické a politické instituce Kanady měly v úctě multikulturní charakter země. (Šroněk, 2001).

8.9 Česká republika

Česká republika je moderní a demokratickou zemí s bohatým kulturním a historickým dědictvím.

Přes 90 % obyvatel se hlásí k české národnosti. Jediným úředním jazykem České republiky je čeština, kterou mluví 96 % obyvatelstva. Zejména ve větších městech by neměl být problém domluvit se bez obtíží anglicky. Starší generace obyvatel umí rusky, rozšířená je i znalost němčiny.

59 % občanů je bez náboženského vyznání. K římskokatolickému náboženství se hlásí 29 % obyvatel. [5]

9 Informace o hotelu Slunce v Havlíčkově Brodě

Hotel Slunce je *tříhvězdičkový hotel*, který stojí na levém břehu řeky Sázavy nedaleko centra Havlíčkova Brodu. Hotel je v provozu celoročně. Nabízí českým i zahraničním hostům především ubytování, nekuřáckou restauraci a Švejk restaurant (Švejkovnu). K dispozici jsou také tři salóanky a konferenční sál. Hotel má vlastní parkoviště s kapacitou 50 osobních automobilů a 2 autobusů. V areálu hotelu v blízkosti restaurace je také nově vybudováno malé dětské hřiště. V hotelu je možné se ubytovat se psem. [6]

Obr.2: Budova hotelu Slunce [6]



9.1 Historie hotelu

Hotel Slunce je v provozu od roku 1984 (budova má šest vlastníků). Podle informací získaných z výpisu obchodního rejstříku vedeného Krajským soudem v Hradci Králové a podle informací poskytnutých zaměstnanci hotelu byl v budově od 26.11. 1997 provozován Bowling Club HB s.r.o. Hotel byl v roce 2002 rekonstruován a se svými nynějšími majiteli funguje *od roku 2007*. Má *tři majitele*, kteří mají pronajatou budovu hotelu. [7]

9.2 Služby hotelu a počet zaměstnanců

Majitelé jsou oprávněni provozovat v hotelu hostinskou činnost, ubytovací služby, velkoobchod, maloobchod provozovaný mimo řádné provozovny, specializovaný maloobchod a maloobchod se smíšeným zbožím, reklamní činnost a marketing, pořádání výstav, veletrhů, přehlídek, prodejních a obdobných akcí, pořádání kulturních produkcí, zábav a provozování zařízení sloužících zábavě, zprostředkování obchodu a

služeb, směnářenskou činnost, pronájem a půjčování věcí movitých, pořádání odborných kurzů, školení a jiných vzdělávacích akcí včetně lektorské činnosti. [7]

Hotel Slunce neorganizuje pro hosty žádné výlety ani animace, ale v restauraci a přilehlé zahradní restauraci se pořádají soukromé akce, akce pro hosty apod. [6]

V době mého působení v hotelu měl 39 *zaměstnanců*. Kromě tří majitelů zde pracovalo 7 kuchařů, 1 šéfkuchař, 1 skladnice, 9 číšníků (část z nich pracovala v hotelové restauraci, část ve Švejkovně), 3 pokojské (každá měla na starost jedno patro hotelu), 4 recepční a pak pomocný personál (uklízečky, údržbáři, brigádníci atd.). Tyto informace mi poskytl účetní hotelu Slunce.

9.3 Ubytování a stravování v hotelu

Hotel Slunce má *tři poschodí* s výtahem, celkem je k dispozici *109 lůžek ve 47 pokojích a dvou luxusních apartmánech*.

Vybavení všech pokojů je elegantní a pohodlné. Pokoje jsou čisté a prosvětlené. Součástí pokojů je koupelna s WC, sprchovým koutem, umyvadlem a fénem, předsín s vestavěnou skříní a zrcadlem, postele, konferenční stůlek, pohodlné židle, psací stůl, televize se satelitem, telefon s možností připojení na internet, lednička a rychlovarná konvice (jen v některých pokojích). Apartmány s lednicí mají v koupelně kromě sprchového koutu také vanu. Přístup na internet pro hotelové hosty je zdarma (bezdrátové připojení), po domluvě je tu možnost zapůjčení wifi zařízení na pokoje.

Pokoje jsou buď jedno-, dvou- nebo třílůžkové. Čtyř- a vícelůžkové pokoje hotel nemá. Jednolůžkový pokoj je pouze jeden, dvoulůžkových pokojů je 34, apartmány dva a třílůžkových pokojů je 12.

Obr.3: Dvoulůžkový pokoj [8]



Ceny ubytování se během mého působení v hotelu pohybovaly *od 1 090 Kč do 2 590 Kč za noc* v závislosti na typu pokoje. Od 1.7. do 31.8. 2009 byl ale v platnosti letní ceník ubytování v rozmezí *850 Kč až 2 000 Kč*. Ceny zahrnovaly 9 % DPH a rautovou snídani v hotelové restauraci. Byla však možná i nižší cena, pokud host snídani odmítl. Cena snídane byla 100 Kč.

V prostorách hotelu se smí kouřit, to platí i pro pokoje hostů.

Recepce hotelu Slunce poskytuje veškeré kancelářské služby jako kopírování, skenování, fax, telefon i směnárnu s nepřetržitým 24hodinovým provozem.

Součástí hotelu Slunce jsou dvě rozdílné restaurace – hotelová nekuřácká restaurace a Švejk restaurant. Každá z nich má svůj specifický ráz.

Hotelová restaurace je nově zrekonstruována a nachází se v přízemí hotelu. Nabízí 70 až 100 míst + 8 míst u baru, taneční parket, pódium pro disco nebo živou hudbu, velký výběr jídel a nápojů ze stálého i denního jídelního lístku a podávání hotelových snídaní (ty byly podávány v pondělí až pátek od 7 do 10 hodin, v sobotu a neděli od 8 do 11 hodin).

Obr.4: Hotelová restaurace [8]



Švejkovna je stylová plzeňská restaurace (pro 80 osob) v přízemí hotelu s letní zahrádkou. Nabízí příjemné posezení s reprodukovanou hudbou a specialitami české kuchyně a certifikovaného plzeňského piva.

Všechny informace uvedené v této podkapitole jsou získány z webových stránek hotelu [6], nebo mi byly poskytnuty zaměstnanci.

10 Základní informace o městě Havlíčkův Brod

Cílem této kapitoly je velmi stručně informovat o městě, které fakticky spolu s hotelem Slunce zkoumaní jedinci navštívili a které jako atraktivní turistická lokalita mohlo být důvodem jejich příjezdu. Informace zde uvedené by měli představit město z pohledu cestovního ruchu.

Město Havlíčkův Brod leží na Českomoravské vrchovině v kraji Vysočina ve Východních Čechách. Leží v oblasti, která patří v České republice k místům s nejčistším ovzduším a která je hojně navštěvovaná českými i zahraničními turisty. Městem Havlíčkův Brod protéká řeka Sázava a město se rozkládá po obou jejích březích. Havlíčkův Brod je největším městem v české části kraje Vysočina a do konce druhého tisíciletí byl významným okresním městem. Počet obyvatel je asi 25 000. [9]

Obr.5: Havlíčkův Brod [9]



Havlíčkův Brod byl založen ve 12. století a může se pyšnit bohatou historií, zajímavými architektonickými skvosty, mnoha významnými historickými a kulturními památkami, krásnou okolní přírodou a celoročně probíhajícími tradičními akcemi. Město je známé silnou hokejovou tradicí. Historické centrum města je od konce 80. let minulého století památkovou zónou.

Brod získal své přídvisko Havlíčkův na památku spisovatele Karla Havlíčka Borovského. Jeho dům je jedním z turistických cílů.

Hlavními turistickými atraktivitami města jsou Havlíčkově náměstí s dochovanými barokními štíty, Stará radnice s kostrou hlásného Hnáta, středověké městské opevnění, kostel Nanebevzetí Panny Marie s pravděpodobně nejstarším zvonem v Čechách, Vilémem, Štáflova chalupa nebo městský park Budoucnost s kaskádou rybníků. Havlíčkův Brod je provázán s přírodou jako málokteré město, park navazuje na historické jádro a kolem Sázavy byla vytvořena pěší zóna. [9]

Havlíčkův Brod má poměrně dobrou dopravní obslužnost a jsou stále prováděny úpravy pro zlepšení dopravní situace. Autobusová i vlaková doprava je soustředěna v jednom místě.

11 Metoda pozorování a její teoretické vymezení

Metoda pozorování je jednou z technik sběru dat, je to druh kvalitativní analýzy. Je víceméně samozřejmým prostředkem zjišťování informací, stanoví-li si výzkumník za cíl sběr informací o sociálním chování. Celou řadu projevů chování je možné pozorovat, aniž by byly zapotřebí složité měřicí přístroje. Metod pozorování je několik, od neformálních a nestrukturovaných až po vysoce formální a přísně strukturované. Pozorování však mívá společného jmenovatele: abstrahování od propletence sociálního chování a zaměření se na specifické projevy, jež se vážou ke zkoumanému objektu. Formálnější metody jsou možné v situacích, kdy lze zaznamenávat chování, aniž by bylo v procesu pozorování narušováno výzkumníkem.

Pozorování je výhodné z toho důvodu, že méně podléhá sociální desirabilitě (tzn., že probandi – zkoumaní jedinci – usilují o to, aby se prezentovali v pozitivním světle, tudíž o negativěch referují zdrženlivě) a lze je tedy realizovat nenápadně, nepozorovaně. Naopak nedokáže mapovat skryté procesy, jako jsou postoje, kauzální atribuce a stereotypy.

Pokud probandi tedy nejsou informováni o tom, že jsou pozorováni, lze tímto způsobem získat informace bez paralelního ovlivnění chování, jinak řečeno nedojde k *reaktivitě*. Ta je definována jako situace, kdy proces samotný ovlivňuje jednání probandů. Je totiž velmi dobře známo, že povědomí jedince o tom, že je pozorován, ovlivňuje jeho chování. (Hewstone, Stroebe, 2006).

Nutné je rozlišení dvou situací pozorovatele: 1. sociální situace, kde je subjekt sám aktivním účastníkem jako partner přímé interakce (to představuje určitou nevýhodu) a 2. sociální situace, kterou s větší či menší psychickou, ale nepřímou zaujatostí sleduje (pozoruje).

Pokud mluvíme o přirozeném pozorování, znamená to, že je skryté a odehrává se v přirozených podmínkách. (Nakonečný, 2009).

VÝZKUMNÁ ČÁST

12 Použitá metodika

Metodou pozorování bylo prováděno sledování sociálních interakcí příslušníků české kultury a jiných národních kultur. Výzkum byl uskutečněn v prostředí klasického českého tříhvězdičkového hotelu. Později byla provedena komparace získaných dat.

Pozorování jsem prováděla z pozice recepční a z převážné části z prostoru recepce (viz obr.6). Ta je umístěna v přízemí hotelu přímo naproti vchodovým dveřím. Vestibul s recepcí je velmi prostornou místností, ze které po pravé straně stoupá schodiště do vyšších pater. U schodiště je kromě výtahu i vchod do hotelového sklepa a vchod do chodby s kanceláři, šatnami personálu a prádelnou. Z vestibulu se po levé straně dostaneme do kanceláří kuchyně, do restaurace a na konci chodby do salónek. Nalevo od recepce je také společenský kout s křesly, stolem a televizí, kde se může host posadit. Recepce má půlkruhový tvar, je zhotovená ze dřeva a samotný prostor recepce je poměrně dost velký. Na zadní stěně recepce jsou lednice a prosklené vitríny s prodáváním drobným zbožím, nalevo jsou pak umístěné klíče od pokojů.

Obr.6: Recepce hotelu Slunce [8]



Hosty jsem o tom, že jsou z mé strany podrobováni zkoumání, neinformovala. Vím, že metoda pozorování je určitým způsobem omezena tím, že umožňuje pohled pouze na „povrch chování“, ale její velké plus je pro mě v tom, že zkoumaní jedinci své chování nepřizpůsobí, zůstávají sami sebou (pokud tedy nejsou o procesu pozorování informováni).

Byla jsem si vědoma, že s pozorovanými subjekty vstupuji do interakce a nemohu být tedy schopná se plně soustředit na proces pozorování, nicméně jsem do svého průzkumu vždy zahrnula jen ty osoby, se kterými jsem byla v kontaktu opakovaně, v různých situacích od samotného ubytování, řešení nějakých problémů až po zaplacení za služby. Mohla jsem si tedy několikrát prověřit správnost svého úsudku. Protože jsem za recepcí po většinu času pracovala s některou z trvale zaměstnaných recepčních hotelu, měla jsem možnost sledovat dané hosty i z pohledu nezávislého pozorovatele.

Konečný počet pozorovaných subjektů zahrnuje 30 Čechů a 15 příslušníků jiné národnosti (3 francouzské, 1 německé, 1 nizozemské, 1 španělské, 1 slovenské, 3 ruské, 1 japonské a 4 kanadské). Mezi Čechy je 17 mužů a 13 žen a mezi cizinci 9 mužů a 6 žen. Počet subjektů je přizpůsoben skutečnosti, že jsem chtěla zkoumat sociální interakce jen těch osob, se kterými jsem jednala vícekrát. Státní příslušnost zahraničních hostů pro mě byla spíše druhořadá, protože, jak už jsem uvedla, mým cílem je zkoumat interakce Čechů a cizinců obecně. Snažila jsem se ale proto v rámci možností uspořádat jejich pestrý vzorek. S německým a ruskými hosty, kteří jsou součástí tohoto vzorku, jsem mluvila německy, se slovenským česky a s ostatními hosty anglicky. Někteří z nich přijeli do hotelu individuálně, jiní byli účastníky zájezdu. Někteří přijeli jako turisté, jiní v rámci svých pracovních povinností.

Všechny osoby, které jsem pozorovala, jsem si rozdělila podle pohlaví do pěti věkových kategorií a všímala jsem si následujících specifík:

- *vnější vzhled* (velmi upravený; průměrně upravený; neupravený)
- *společenské vystupování* (na vysoké; průměrné; nízké úrovni)
- *chování vůči personálu a ostatním hostům* (velmi vstřícné, přátelské; vstřícné; odměřené, neosobní)
- *dominance x submise* (dominantní; submisivní)
- *míra asertivity* (agresivita; asertivita; pasivita)
- *náročnost na poskytované služby* (vysoká; průměrná; nízká)
- *opatrnost* (důvěra; nedůvěra)
- *skromnost x ješitnost* (skromný; ješitný)
- *spořivost* (hospodárnost; rozhazovačnost)
- *tolerance* (tolerantní; netolerantní)
- *komunikativnost* (vysoká; průměrná; nízká).

U vnějšího vzhledu jsem nehodnotila fyzickou atraktivitu, nýbrž celkovou upravenost zevnějšku (oblečení, vlasy...).

U společenského vystupování jsem se zaměřila na míru slušného chování v projevu (zdravení, děkování, schopnost umět o cokoli slušně požádat...), zdvořilost a ohleduplné chování k druhým (mužů k ženám, mladších osob ke starším...), užívání spisovného jazyka, vulgárních výrazů, žvýkání při komunikaci atd.

V oblasti chování vůči personálu a ostatním hostům jsem se soustředila na přístupnost, přívětivost, ochotu navazovat kontakty a ochotu spolupracovat.

V kategorii opatrnost mne zajímalo, jestli hosté důvěřují či nedůvěřují recepční a poskytovaným službám, jestli si od recepční nechají poradit a zda jsou ochotní přijmout její pomoc.

Co se týče skromnosti a ješitnosti, jako ješitného člověka jsem hodnotila hosta, který se jevil jako domýšlivý až nafoukaný, měl tendenci dávat najevo, že mnohé ví lépe, případně měl snahu se povyšovat. Skromný člověk se naopak vyznačoval určitou pokorou bez potřeby nadřazování sebe sama, schopností přijmout výtku, upozornění na nějaký nedostatek nebo přiznat svou chybu.

U kategorie tolerance rozhodovalo, zda měl host pochopení v případě nedorozumění nebo problému, aniž by ho to evidentně obtěžovalo, zda byl ochoten projevit trpělivost...

13 Sociální interakce hostů hotelu

Hosté hotelu Slunce si mohou rezervovat pokoj osobně, telefonicky, faxem, e-mailem či přes odkaz Rezervace ubytování, který se nachází na webových stránkách hotelu. Většina hostů preferuje e-mail nebo telefonický kontakt. Orientační doba příjezdu hosta (konkrétní hodina) se většinou domlouvá jen u organizovaných zájezdů.

Průměrná doba pobytu hostů v hotelu Slunce je pět dní. Pro hotel Slunce jsou velmi významnými hosty zaměstnanci firem, kteří tvoří podstatnou část klientely. Ti se zpravidla zdrží jednu, dvě, tři nebo čtyři noci. Hosté, kteří se ubytují za účelem soukromé cesty, zůstávají déle. Zákazníky hotelu bývají také sportovci – zahraniční i čeští. Ti pak bydlí v hotelu až čtrnáct dní. Zřídka se vyskytne host, který pobývá v hotelu delší dobu.

Ze 70 % jsou hosty hotelu Slunce Češi, z 10 % pak Němci a ostatní procenta si mezi sebe rozdělí příslušníci nejrozličnějších národností – Rakušané, Chorvaté, Slováci, Rusové, Bělorusové, Ukrajinci, Italové, Francouzi, Nizozemci, Poláci a mnoho dalších. Hotel bývá nejvíce obsazen na podzim a ke konci roku, nejméně pak možná překvapivě v létě a o prázdninách. To je způsobeno tím, že nejčastějšími hosty jsou zaměstnanci firem, kteří právě během letních měsíců přijíždějí méně. V některém období je hotel zcela obsazený, jindy je ubytováno jen několik hostů.

Ačkoli pracovní dny v hotelu Slunce zahrnují celý týden a pracovní doba recepční je dvanáctihodinová, rozdělená do dvou směn, já jsem jako praktikantka pracovala pouze v denní směně (od 7 hodin ráno do 19 hodin večer), a to od pondělí do pátku.

Sociální interakce mezi hostem a recepční se dle mého názoru započne už ve chvíli, kdy host projde skleněnými vstupními dveřmi. Než se zorientuje v prostoru a zamíří k recepci, je možné zaznamenat celkový vzhled a do jisté míry i výši sebevědomí.

Pokud host přijde osobně se žádostí o ubytování, nebo zatelefonuje, sděluje recepční, jaký vyžaduje pokoj (pro kolik osob – děti, dospělé, s jakým vybavením, s jakým výhledem, ve kterém patře), termín ubytování, zda má nějaká zvláštní přání. Recepční by ho měla seznámit s cenou za ubytování. Pokud měl již host vytvořenou rezervaci a přichází se ubytovat, recepční si ověří, zda vše, co v rezervaci uvedl, souhlasí, zda se např. nerozhodl změnit rezervovaný termín. V případě, že host v rezervaci neuvedl své telefonní číslo, musí ho o něj dodatečně požádat. Může také

zmínit vybavení pokoje (přestože na ně host neměl v rezervaci speciální požadavky, může změnit názor a v případě volné kapacity ho lze ještě ubytovat jinde). Recepční si dále vyžádá od hosta občanský průkaz nebo cestovní pas a uvede do Knihy ubytovaných potřebné údaje. Jestliže je host cizinec, zapisují se tyto údaje nejprve do Domovní knihy a po hostu je vyžadován podpis. Recepční se také dotazuje, jestli bude host chodit na snídani, jestli chce na svém pokoji uvést do provozu pevnou telefonní linku či zda má zájem o ranní buzení nebo vyprání oděvu. Může také již v tuto chvíli hosta informovat, kde a v kolik hodin se podávají snídaně a že v den odjezdu musí opustit pokoj i se svými věcmi do 10 hodin dopoledne. Hostu je poté předán klíč od pokoje (je dobré ho upozornit, že při ztrátě klíče mu hrozí pokuta až 1 000 Kč) a je k pokoji krátce nasměrován s poznámkou, že může použít výtah.

Během pobytu hosta v hotelu s ním přichází recepční do kontaktu v různých situacích: např. zařizuje pro něj taxi, podává mu informace nejrůznějšího druhu (o turistických zajímavostech v okolí, o různých objektech ve městě – kde je nalezne, popis trasy, otevírací doba atd.), vyhledává dopravní spojení, kopíruje, rezervuje mu celou řadu služeb mimo hotel, řeší jeho případné stížnosti (nedostatky na jeho pokoji, nevyhovující kvalita snídaně atd.), prodává mu zboží umístěné na recepci (hosté této možnosti hojně využívají, lze si všimnout, zda mají tendenci spíše šetřit či naopak), poskytuje služby směnárny (pouze výkup valut, nikoli jejich prodej, tzn. podle platného kurzu jsou proměněny peníze zahraniční měny za české)...

Při odjezdu hosta recepční potřebuje vědět, zda bude platit hotově či kreditní kartou. Zkontroluje jeho hotelový účet v ubytovacím programu a předkládá mu tento účet společně s příjmovým pokladním dokladem. Tento účet, případně fakturu, obdrží host v jazyce, ve kterém si přeje a recepční ho u faktury i její hotelové kopie požádá o podpis. Pokud host platil kreditní kartou, získaný záznam také musí stvrdit podpisem.

Samozřejmě se stalo, že některý host ve výše zmíněných situacích reagoval minimálně. Především v takovém případě jsem se snažila s ním hodně komunikovat, abych ho k reakci přiměla. U mnohých hostů to ale nebyl problém. Během čekání na vyřízení jejich požadavku či samotného ubytování měli sami tendenci ke konverzaci. Běžně se stávalo, že se na recepci „zastavili“ jenom z tohoto důvodu, aniž by něco potřebovali.

Zejména zpočátku svého působení na pozici recepční jsem si byla při jednání s hosty vědoma určitého handicapu ohledně malých zkušeností s prací a s tím spojenou nervozitou, která některým hostům možná neunikla nebo na ně nemusela dělat dobrý

dojem. Snažila jsem se ale působit na hosty vstřícně, ochotně, aktivně, snažila jsem se dávat najevo, že se na mě host může s důvěrou obrátit a rovněž mým cílem bylo vyvarovat se laxního a také podbízivého, neupřímného přístupu, který by nebyl příjemný hostu ani mně.

Pokud jsem zmínila, že jsem si u hostů všímala vnějšího vzhledu, bylo by dobré uvést, že recepční hotelu nemají předepsanu žádnou pracovní uniformu, ale vyžaduje se vhodné společenské oblečení.

14 Prezentace získaných dat

Pro lepší přehlednost jsou popisky tabulek označovány zkratkou CZ – čeští hosté nebo ZH – zahraniční hosté.

14.1 Čeští hosté

Tab.1: Vnější vzhled – muži (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Velmi upravený	1	1	1	2	1	6
Průměrně upravený	1	2	5	1		9
Neupravený	1	1				2
CELKEM	3	4	6	3	1	17

Z tabulky 1 vyplývá, že vnější vzhled 53 % pozorovaných mužů byl hodnocen jako průměrně upravený, u 35 % jako velmi upravený a pouze u 12 % mužů jako neupravený.

Tab.2: Vnější vzhled – ženy (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Velmi upravený		3	1		1	5
Průměrně upravený	3	1	3	1		8
Neupravený						0
CELKEM	3	4	4	1	1	13

Z tabulky 2 vyplývá, že vnější vzhled žen byl v 62 % případů průměrně upravený a v 38 % případů velmi upravený. Vzhled žádné ženy nebyl hodnocen jako neupravený.

Tab.3: Společenské vystupování – muži (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Na vysoké úrovni			1	1		2
Průměrná úroveň	1	4	3	1	1	10
Na nízké úrovni	2		2	1		5
CELKEM	3	4	6	3	1	17

Tabulka 3 ukazuje, že společenské vystupování 59 % mužů bylo na průměrné úrovni, 29 % na nízké úrovni a 12 % mužů na vysoké úrovni.

Tab.4: Společenské vystupování – ženy (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Na vysoké úrovni		2			1	3
Průměrná úroveň	3	2	4			9
Na nízké úrovni				1		1
CELKEM	3	4	4	1	1	13

Tabulka 4 ukazuje, že společenské vystupování 69 % žen bylo na průměrné úrovni, 23 % na vysoké úrovni a pouze 8 % žen na nízké úrovni.

Tab.5: Chování vůči personálu a ostatním hostům – muži (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Velmi vstřícné, přátelské		1	1	2		4
Vstřícné	3	2	3	1	1	10
Odměřené, neosobní		1	2			3
CELKEM	3	4	6	3	1	17

Z tabulky 5 vyplývá, že chování vůči personálu a ostatním hostům bylo u mužů v téměř 59 % případů vstřícné, ve více než 23 % případů velmi vstřícné, přátelské a v téměř 18 % případů odměřené a neosobní.

Tab.6: Chování vůči personálu a ostatním hostům – ženy (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Velmi vstřícné, přátelské		2	2	1		5
Vstřícné	3	2	2		1	8
Odměřené, neosobní						0
CELKEM	3	4	4	1	1	13

Z tabulky 6 vyplývá, že v 62 % případů bylo hodnoceno chování žen vůči personálu a ostatním hostům jako vstřícné a v 38 % případů jako velmi vstřícné a přátelské.

Chování žádné ženy vůči personálu a ostatním hostům nebylo hodnoceno jako odměřené a neosobní.

Tab.7: Dominance x submise – muži (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Dominantní	1	3	2			6
Submisivní	2	1	4	3	1	11
CELKEM	3	4	6	3	1	17

V tabulce 7 bylo 65 % mužů hodnoceno jako submisivně zaměřené osoby a 35 % mužů jako dominantně zaměřené osoby.

Tab.8: Dominance x submise – ženy (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Dominantní		2	2	1		5
Submisivní	3	2	2		1	8
CELKEM	3	4	4	1	1	13

V tabulce 8 bylo 62 % žen hodnoceno jako submisivně zaměřené osoby a 38 % žen jako dominantně zaměřené osoby.

Tab.9: Míra asertivity – muži (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Agresivita		1	1			2
Asertivita	1	2	2	2	1	8
Pasivita	2	1	3	1		7
CELKEM	3	4	6	3	1	17

V tabulce 9 je uvedeno, že jednání 47 % mužů bylo zaměřeno asertivně, 41 % mužů pasivně a 12 % mužů agresivně.

Tab.10: Míra asertivity – ženy (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Agresivita				1		1
Asertivita		3	3			6
Pasivita	3	1	1		1	6
CELKEM	3	4	4	1	1	13

V tabulce 10 je uvedeno, že jednání 46 % žen bylo zaměřeno asertivně, jednání stejného procenta žen pasivně a pouze 8 % žen agresivně.

Tab.11: Náročnost na poskytované služby – muži (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Vysoká	1	3	1			5
Průměrná	1		3	3	1	8
Nízká	1	1	2			4
CELKEM	3	4	6	3	1	17

Z tabulky 11 vyplývá, že 47 % mužů mělo průměrné nároky na poskytované služby, 29 % mělo vysoké nároky a 24 % mužů nízké nároky na poskytované služby.

Tab.12: Náročnost na poskytované služby – ženy (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Vysoká		1				1
Průměrná		3	3	1	1	8
Nízká	3		1			4
CELKEM	3	4	4	1	1	13

Z tabulky 12 vyplývá, že více než 61 % žen mělo průměrné nároky na poskytované služby, téměř 31 % mělo nízké nároky a téměř 8 % žen vysoké nároky na poskytované služby.

Tab.13: Opatrnost – muži (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Důvěra	3	3	4	3		13
Nedůvěra		1	2		1	4
CELKEM	3	4	6	3	1	17

V tabulce 13 je uvedeno, že 76 % mužů mělo důvěru v poskytované služby a 24 % mužů nedůvěru v poskytované služby.

Tab.14: Opatrnost – ženy (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Důvěra	2	3	3	1	1	10
Nedůvěra	1	1	1			3
CELKEM	3	4	4	1	1	13

V tabulce 14 je uvedeno, že důvěru v poskytované služby mělo 77 % žen, zatímco nedůvěru 23 % žen.

Tab.15: Skromnost x ješitnost – muži (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Skromný	3	1	5	3	1	13
Ješitný		3	1			4
CELKEM	3	4	6	3	1	17

Tabulka 15 uvádí, že jednání 76 % mužů bylo hodnoceno jako skromné a jednání 24 % mužů jako ješitné.

Tab.16: Skromnost x ješitnost – ženy (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Skromná	3	3	4		1	11
Ješitná		1		1		2
CELKEM	3	4	4	1	1	13

Tabulka 16 uvádí, že jednání 85 % žen bylo hodnoceno jako skromné a jednání 15 % žen jako ješitné.

Tab.17: Spořivost – muži (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Hospodárnost	2	2	5	3	1	13
Rozhazovačnost	1	2	1			4
CELKEM	3	4	6	3	1	17

V tabulce 17 vykazuje hospodárnost 76 % mužů a rozhazovačnost 24 % mužů.

Tab.18: Spořivost – ženy (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Hospodárnost	3	4	4	1	1	13
Rozhazovačnost						0
CELKEM	3	4	4	1	1	13

V tabulce 18 vykazují hospodárnost všechny pozorované ženy, tedy 100 % z nich.

Tab.19: Tolerance – muži (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Tolerantní	3	3	4	3		13
Netolerantní		1	2		1	4
CELKEM	3	4	6	3	1	17

V tabulce 19 byl hodnocen postoj 76 % mužů jako tolerantní a 24 % mužů jako netolerantní.

Tab.20: Tolerance – ženy (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Tolerantní	3	4	3	1	1	12
Netolerantní			1			1
CELKEM	3	4	4	1	1	13

V tabulce 20 byl hodnocen postoj 92 % žen jako tolerantní a pouze 8 % žen jako netolerantní.

Tab.21: Komunikativnost – muži (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Vysoká	1	1	2			4
Průměrná		2	2	2		6
Nízká	2	1	2	1	1	7
CELKEM	3	4	6	3	1	17

Podle tabulky 21 vykazovalo 41 % mužů nízkou míru komunikativnosti, 35 % mužů průměrnou míru a 24 % vysokou míru komunikativnosti.

Tab.22: Komunikativnost – ženy (CZ)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Vysoká		1	2	1		4
Průměrná	1	3	2		1	7
Nízká	2					2
CELKEM	3	4	4	1	1	13

Podle tabulky 22 vykazovalo 54 % žen průměrnou míru komunikativnosti, 31 % žen vysokou míru a 15 % nízkou míru komunikativnosti.

14.2 Zahraniční hosté

V následujících tabulkách jsou za počtem osob uvedeny mezinárodní zkratky států. Značí státní příslušnost zkoumaných osob (F - Francie, D - Německo, NL - Nizozemsko, E - Španělsko, SK - Slovensko, RU - Rusko, J - Japonsko, CA - Kanada).

Tab.23: Vnější vzhled – muži (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Velmi upravený		1 (E)	2 (J,NL)		2 (F)	5
Průměrně upravený		1 (CA)		1 (CA)	1 (RU)	3
Neupravený		1 (RU)				1
CELKEM	0	3	2	1	3	9

Z tabulky 23 vyplývá, že vnější vzhled 56 % pozorovaných mužů byl hodnocen jako velmi upravený, u 33 % jako průměrně upravený a pouze u 11 % mužů jako neupravený.

Tab.24: Vnější vzhled – ženy (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Velmi upravený					1 (D)	1
Průměrně upravený		1 (CA)	2 (CA,F)			3
Neupravený			1 (SK)		1 (RU)	2
CELKEM	0	1	3	0	2	6

Z tabulky 24 vyplývá, že vnější vzhled žen byl v 50 % případů průměrně upravený, v 33 % případů neupravený a pouze v 17 % případů velmi upravený.

Tab.25: Společenské vystupování – muži (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Na vysoké úrovni		1 (E)	1 (NL)		1 (F)	3
Průměrná úroveň		2 (CA,RU)	1 (J)	1 (CA)	1 (RU)	5
Na nízké úrovni					1 (F)	1
CELKEM	0	3	2	1	3	9

Tabulka 25 ukazuje, že společenské vystupování 56 % mužů bylo na průměrné úrovni, 33 % na vysoké úrovni a pouze 11 % mužů na nízké úrovni.

Tab.26: Společenské vystupování – ženy (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Na vysoké úrovni			1 (CA)		1 (D)	2
Průměrná úroveň		1 (CA)	2 (F,SK)		1 (RU)	4
Na nízké úrovni						0
CELKEM	0	1	3	0	2	6

Tabulka 26 ukazuje, že společenské vystupování 67 % žen bylo na průměrné úrovni, 33 % na vysoké úrovni a společenské vystupování žádné ženy nebylo hodnoceno nízkou úrovní.

Tab.27: Chování vůči personálu a ostatním hostům – muži (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Velmi vstřícné, přátelské		1 (E)		1 (CA)		2
Vstřícné		2 (RU,CA)	1 (NL)		2 (F,RU)	5
Odměřené, neosobní			1 (J)		1 (F)	2
CELKEM	0	3	2	1	3	9

Z tabulky 27 vyplývá, že chování vůči personálu a ostatním hostům bylo u mužů v 56 % případů vstřícné, ve 22 % případů velmi vstřícné, přátelské a ve stejném počtu případů odměřené a neosobní.

Tab.28: Chování vůči personálu a ostatním hostům – ženy (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Velmi vstřícné, přátelské			2 (CA,SK)			2
Vstřícné		1 (CA)	1 (F)		1 (D)	3
Odměřené, neosobní					1 (RU)	1
CELKEM	0	1	3	0	2	6

Z tabulky 28 vyplývá, že v 50 % případů bylo hodnoceno chování žen vůči personálu a ostatním hostům jako vstřícné, v 33 % případů jako velmi vstřícné a přátelské a pouze v 17 % případů jako odměřené a neosobní.

Tab.29: Dominance x submise – muži (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Dominantní			1 (J)	1 (CA)	1 (F)	3
Submisivní		3 (E,RU,CA)	1 (NL)		2 (F,RU)	6
CELKEM	0	3	2	1	3	9

V tabulce 29 bylo 67 % mužů hodnoceno jako submisivně zaměřené osoby a 33 % mužů jako dominantně zaměřené osoby.

Tab.30: Dominance x submise – ženy (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Dominantní		1 (CA)	2 (F,SK)		1 (RU)	4
Submisivní			1 (CA)		1 (D)	2
CELKEM	0	1	3	0	2	6

V tabulce 30 bylo 67 % žen hodnoceno jako dominantně zaměřené osoby a 33 % žen jako submisivně zaměřené osoby.

Tab.31: Míra asertivity – muži (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Agresivita						0
Asertivita		2 (E,CA)	1 (NL)	1 (CA)	1 (F)	5
Pasivita		1 (RU)	1 (J)		2 (F,RU)	4
CELKEM	0	3	2	1	3	9

V tabulce 31 je uvedeno, že jednání 56 % mužů bylo zaměřeno asertivně, 44 % mužů pasivně a jednání žádného muže nebylo zaměřeno agresivně.

Tab.32: Míra asertivity – ženy (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Agresivita						0
Asertivita		1 (CA)	3 (F,SK,CA)		1 (D)	5
Pasivita					1 (RU)	1
CELKEM	0	1	3	0	2	6

V tabulce 32 je uvedeno, že jednání 83 % žen bylo zaměřeno asertivně, jednání pouze 17 % žen pasivně a jednání žádné ženy nebylo zaměřeno agresivně.

Tab.33: Náročnost na poskytované služby – muži (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Vysoká		2 (E,RU)	1 (NL)	1 (CA)	2 (F,RU)	6
Průměrná		1 (CA)	1 (J)		1 (F)	3
Nízká						0

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
CELKEM	0	3	2	1	3	9

Z tabulky 33 vyplývá, že 67 % mužů mělo vysoké nároky na poskytované služby, 33 % mělo průměrné nároky a žádný muž neměl nízké nároky na poskytované služby.

Tab.34: Náročnost na poskytované služby – ženy (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Vysoká			1 (SK)			1
Průměrná		1 (CA)	2 (F,CA)		1 (D)	4
Nízká					1 (RU)	1
CELKEM	0	1	3	0	2	6

Z tabulky 34 vyplývá, že téměř 67 % žen mělo průměrné nároky na poskytované služby a téměř 17 % žen pak mělo vysoké nebo nízké nároky na poskytované služby.

Tab.35: Opatrnost – muži (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Důvěra		2 (E,CA)	1 (NL)	1 (CA)	3 (F,F,RU)	7
Nedůvěra		1 (RU)	1 (J)			2
CELKEM	0	3	2	1	3	9

V tabulce 35 je uvedeno, že 78 % mužů mělo důvěru v poskytované služby a 22 % mužů nedůvěru v poskytované služby.

Tab.36: Opatrnost – ženy (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Důvěra		1 (CA)	3 (F,SK,CA)		1 (RU)	5
Nedůvěra					1 (D)	1
CELKEM	0	1	3	0	2	6

V tabulce 36 je uvedeno, že důvěru v poskytované služby mělo 83 % žen, zatímco nedůvěru 17 % žen.

Tab.37: Skromnost x ješitnost – muži (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Skromný		2 (RU,CA)	2 (J,NL)		2 (F,RU)	6
Ješitný		1 (E)		1 (CA)	1 (F)	3
CELKEM	0	3	2	1	3	9

Tabulka 37 uvádí, že jednání 67 % mužů bylo hodnoceno jako skromné a jednání 33 % mužů jako ješitné.

Tab.38: Skromnost x ješitnost – ženy (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Skromná		1 (CA)	2 (F,CA)		2 (D,RU)	5
Ješitná			1 (SK)			1
CELKEM	0	1	3	0	2	6

Tabulka 38 uvádí, že jednání 83 % žen bylo hodnoceno jako skromné a jednání 17 % žen jako ješitné.

Tab.39: Spořivost – muži (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Hospodárnost		2 (CA,RU)	2 (J,NL)	1 (CA)	3 (F,F,RU)	8
Rozhazovačnost		1 (E)				1
CELKEM	0	3	2	1	3	9

V tabulce 39 vykazuje hospodárnost 89 % mužů a rozhazovačnost 11 % mužů.

Tab.40: Spořivost – ženy (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Hospodárnost		1 (CA)	3 (F,SK,CA)		2 (D,RU)	6
Rozhazovačnost						0
CELKEM	0	1	3	0	2	6

V tabulce 40 vykazují hospodárnost všechny pozorované ženy, tedy 100 % z nich.

Tab.41: Tolerance – muži (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Tolerantní		3 (E,RU,CA)	1 (NL)	1 (CA)	3 (F,F,RU)	8
Netolerantní			1 (J)			1
CELKEM	0	3	2	1	3	9

V tabulce 41 byl hodnocen postoj 89 % mužů jako tolerantní a 11 % mužů jako netolerantní.

Tab.42: Tolerance – ženy (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Tolerantní		1 (CA)	3 (F,SK,CA)		2 (D,RU)	6
Netolerantní						0
CELKEM	0	1	3	0	2	6

V tabulce 42 byl hodnocen postoj všech pozorovaných žen jako tolerantní.

Tab.43: Komunikativnost – muži (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Vysoká			1 (NL)	1 (CA)		2
Průměrná		2 (E,RU)	1 (J)			3
Nízká		1 (CA)			3 (F,F,RU)	4
CELKEM	0	3	2	1	3	9

Podle tabulky 43 vykazovalo více než 44 % mužů nízkou míru komunikativnosti, více než 33 % mužů průměrnou míru a více než 22 % vysokou míru komunikativnosti.

Tab.44: Komunikativnost – ženy (ZH)

HODNOCENÍ	VĚKOVÁ KATEGORIE					CELKEM
	15-25 let	26-35 let	36-45 let	46-55 let	56 let a více	
Vysoká		1 (CA)	1 (SK)			2
Průměrná			2 (F,CA)		2 (D,RU)	4
Nízká						0
CELKEM	0	1	3	0	2	6

Podle tabulky 44 vykazovalo 67 % žen průměrnou míru komunikativnosti, 33 % žen vysokou míru komunikativnosti. U žádné ženy nebyla hodnocena míra komunikativnosti jako nízká.

15 Komparace získaných dat (čeští x zahraniční hosté)

Tab.45: Komparace – vnější vzhled

HODNOCENÍ	ČEŠTÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)	ZAHRAŇIČNÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)
Velmi upravený	11	6
Průměrně upravený	17	6
Neupravený	2	3
CELKEM	30	15

Z tabulky 45 vyplývá, že vzhled českých hostů byl nejčastěji hodnocen jako průměrně upravený (téměř 57 %). Jako velmi upravený byl hodnocen v téměř 37 % případů a jako neupravený v téměř 7 % případů.

Vzhled zahraničních hostů byl shodně hodnocen jako velmi upravený a průměrně upravený ve 40 % případů a jako neupravený ve 20 % případů.

Tab.46: Komparace – společenské vystupování

HODNOCENÍ	ČEŠTÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)	ZAHRAŇIČNÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)
Na vysoké úrovni	5	5
Průměrná úroveň	19	9
Na nízké úrovni	6	1
CELKEM	30	15

Podle tabulky 46 vykazovalo 63 % Čechů průměrnou úroveň společenského vystupování, 20 % Čechů vykazovalo společenské vystupování na nízké úrovni a 17 % na vysoké úrovni.

Společenské vystupování zahraničních hostů mělo průměrnou úroveň u 60 % z nich, vysokou úroveň u 33 % a nízkou úroveň pouze u 7 % z nich.

Tab.47: Komparace – chování vůči personálu a ostatním hostům

HODNOCENÍ	ČEŠTÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)	ZAHRAŇIČNÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)
Velmi vstřícné, přátelské	9	4
Vstřícné	18	8
Odměřené, neosobní	3	3
CELKEM	30	15

Tabulka 47 uvádí, že 60 % českých hostů se chovalo vůči personálu a ostatním hostům vstřícně, 30 % velmi vstřícně, přátelsky a 10 % odměřeně, neosobně.

Ze zahraničních hostů se chovalo vůči personálu a ostatním hostům 53 % osob vstřícně, 27 % velmi vstřícně, přátelsky, 20 % odměřeně, neosobně.

Tab.48: Komparace – dominance x submise

HODNOCENÍ	ČEŠTÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)	ZAHRANIČNÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)
Dominantní	11	7
Submisivní	19	8
CELKEM	30	15

Podle tabulky 48 se 63 % českých hostů projevovalo submisivně a 37 % z nich dominantně.

U zahraničních hostů byla submise (53 %) a dominance (47 %) velmi vyrovnaná.

Tab.49: Komparace – míra asertivity

HODNOCENÍ	ČEŠTÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)	ZAHRANIČNÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)
Agresivita	3	0
Asertivita	14	10
Pasivita	13	5
CELKEM	30	15

Tabulka 49 ukazuje, že chování 47 % českých hostů bylo hodnoceno jako asertivní, 43 % jako pasivní a 10 % jako agresivní.

U zahraničních hostů bylo v 67 % případů hodnoceno jejich chování jako asertivní a v 33 % případů jako pasivní.

Tab.50: Komparace – náročnost na poskytované služby

HODNOCENÍ	ČEŠTÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)	ZAHRANIČNÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)
Vysoká	6	7
Průměrná	16	7
Nízká	8	1
CELKEM	30	15

Z tabulky 50 vyplývá, že 53 % Čechů mělo průměrné nároky na poskytované služby, 27 % nízké nároky a 20 % Čechů vysoké nároky na služby.

Vysokou a průměrnou náročnost na služby vykazovalo shodně téměř 47 % zahraničních hostů a necelých 7 % pak nízkou náročnost na služby.

Tab.51: Komparace – opatrnost

HODNOCENÍ	ČEŠTÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)	ZAHRANIČNÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)
Důvěra	23	12
Nedůvěra	7	3
CELKEM	30	15

V tabulce 51 vykazalo 77 % českých hostů důvěru a 23 % nedůvěru ve služby.

U zahraničních hostů vykazalo důvěru ve služby 80 % osob a nedůvěru 20 % osob.

Tab.52: Komparace – skromnost x ješitnost

HODNOCENÍ	ČEŠTÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)	ZAHRANIČNÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)
Skromnost	24	11
Ješitnost	6	4
CELKEM	30	15

V tabulce 52 je uvedeno, že jednání 80 % českých hostů bylo hodnoceno jako skromné a 20 % hostů jako ješitné.

Jednání zahraničních hostů bylo ze 73 % hodnoceno jako skromné a ze 27 % jako ješitné.

Tab.53: Komparace – spořivost

HODNOCENÍ	ČEŠTÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)	ZAHRANIČNÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)
Hospodárnost	26	14
Rozhazovačnost	4	1
CELKEM	30	15

Podle tabulky 53 vykazuje hospodárnost 87 % českých hostů a rozhazovačnost 13 % z nich.

93 % zahraničních hostů vykazuje hospodárnost a 7 % rozhazovačnost.

Tab.54: Komparace – tolerance

HODNOCENÍ	ČEŠTÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)	ZAHRANIČNÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)
Tolerantní	25	14
Netolerantní	5	1
CELKEM	30	15

Podle tabulky 54 byl projev 83 % Čechů hodnocen jako tolerantní a 17 % jako netolerantní.

Projev 93 % hostů ze zahraničí byl hodnocen jako tolerantní a 7 % jako netolerantní.

Tab.55: Komparace – komunikativnost

HODNOCENÍ	ČEŠTÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)	ZAHRANIČNÍ HOSTÉ (MUŽI + ŽENY)
Vysoká	8	4
Průměrná	13	7
Nízká	9	4
CELKEM	30	15

Tabulka 55 uvádí, že 43 % českých hostů vykazovalo průměrnou komunikativnost, 30 % nízkou komunikativnost a 27 % českých hostů vykazovalo vysokou komunikativnost.

Téměř 47 % zahraničních hostů vykazovalo průměrnou komunikativnost a shodně téměř 27 % hostů nízkou a vysokou komunikativnost.

16 Závěr

Ve své bakalářské práci zaměřené na sociální interakce hostů hotelu jsem s využitím metody pozorování provedla průzkum interakcí 45 osob (30 Čechů a 15 cizinců). U každého hosta jsem hodnotila jeho vnější vzhled, společenské vystupování, chování vůči personálu a ostatním hostům, dominanci x submisi, míru asertivity, náročnost na poskytované služby, opatrnost, skromnost x ješitnost, spořivost, toleranci a komunikativnost.

Na základě získaných údajů a jejich vzájemné komparace (kap. 14 a 15) mohu říci, že projev pozorovaných českých a zahraničních hostů vykazoval rozdíly. *Nejvýraznější rozdíly mezi nimi byly v náročnosti na poskytované služby a v míře asertivity.*

Zahraniční hosté měli častěji vysoké nároky na poskytované služby než čeští hosté. Náročnější byli cizinci než cizinky. Zahraniční hosté také byli asertivnější než Češi a u žádného z nich se neprojevil sklon k agresivnímu jednání. Asertivnější byly cizinky než cizinci. Čeští hosté byli více pasivní než ti zahraniční.

Větší rozdíly pak byly ještě zaznamenány v oblasti vnějšího vzhledu a společenského vystupování.

Průměrně upravený zevnějšek byl pozorován častěji u českých hostů. Zahraniční hosté byli častěji než Češi hodnoceni jako neupravení. Velmi upravený vzhled byl patrnější u cizinců než u cizinek. Vysoká úroveň společenského vystupování byla výraznější u zahraničních hostů.

Ze vzájemné komparace také vyšli zahraniční hosté jako tolerantnější, dominantnější a odměřenější než čeští hosté.

Nejmenší rozdíly mezi těmito dvěma skupinami hostů byly v míře komunikativnosti a v projevu opatrnosti.

Z výše uvedených tabulek lze samozřejmě vyčíst rozdíly mezi pohlavími, z nichž některé byly již uvedeny, a rovněž rozdíly mezi hosty téhož pohlaví, ale jiné národnosti.

Čeští muži byli výrazněji méně komunikativní, náročnější na služby a vykázali nízkou úroveň společenského vystupování častěji než české ženy. Cizinky zase byly podstatně dominantnější než cizinci.

Cizinky byly oproti českým ženám ve všech případech hodnoceny jako tolerantní. Zajímavá je také shoda mezi českými a zahraničními hosty (ženami) v oblasti spořivosti: všechny pozorované Češky i cizinky vykazaly sklon k hospodárnosti.

Co se týče příslušníků jednotlivých národností a projevů v jejich sociálních interakcích, v kategorii společenského vystupování se odlišoval jako jediný zahraniční host Francouz (nízká úroveň), v náročnosti na poskytované služby Ruska (nízká náročnost na služby), ve spořivosti Španěl (rozhazovačnost) a v opatrnosti Japonci (netolerance).

Cíl této práce byl dle mého názoru splněn a práce navíc prokázala existenci rozdílů v sociálních interakcích hostů z České republiky a ze zahraničí. Lidem působícím v oboru hotelnictví dává moje práce k dispozici řadu informací, které mohou využít ve svůj prospěch a které jim mohou pomoci naplnit očekávání svých klientů.

Seznam použité literatury

Monografie:

HARTL, Pavel. *Psychologický slovník*. 1.vydání. Praha : Česká Typografie, 1993. 297 s. ISBN 80-901549-0-5.

HAYESOVÁ, Nicky. *Základy sociální psychologie*. 2.vydání. Praha : Portál, 2000. 165 s. ISBN 80-7178-415-X.

HEWSTONE, Miles; STROEBE, Wolfgang. *Sociální psychologie*. 1.vydání. Praha : Portál, 2006. 776 s. ISBN 80-7367-092-5.

MORGENSTERNOVÁ, Monika, et al. *Interkulturní psychologie : Rozvoj interkulturní senzitivity*. 1.vydání. Praha : Karolinum, 2007. 218 s. ISBN 978-80-246-1361-1.

NAKONEČNÝ, Milan. *Sociální psychologie*. 2.rozšířené a přepracované vydání. Praha : Academia, 2009. 498 s. ISBN 978-80-200-1679-9.

PRŮCHA, Jan. *Interkulturní psychologie : Sociopsychologické zkoumání kultur, etnik, ras a národů*. 2.rozšířené vydání. Praha : Portál, 2007. 224 s. ISBN 978-80-7367-280-5.

PRŮCHA, Jan. *Interkulturní komunikace*. 1. vydání. Praha : Grada Publishing, 2010. 200 s. ISBN 978-80-247-3069-1.

ŠRONĚK, Ivan. *Kultura v mezinárodním podnikání*. 1.vydání. Praha : Grada Publishing, 2001. 168 s. ISBN 80-247-0012-3.

VYBÍRAL, Zbyněk. *Psychologie lidské komunikace*. 1.vydání. Praha : Portál, 2000. 264 s. ISBN 80-7178-291-2.

VÝROST, Jozef; SLAMĚNÍK, Ivan. *Aplikovaná sociální psychologie 1*. 1.vydání. Praha : Grada Publishing, 1998. 384 s. ISBN 80-7178-269-6.

Seriálové publikace:

ŠRONĚK, Ivan. Mezikulturní rozdíly a jejich význam pro mezinárodní jednání. *Mezinárodní politika*. 1999, roč.XXIII, č.8, s. 30-32. ISSN 05437962.

Webové stránky:

[1] ABZ.cz: slovník cizích slov – on-line hledání [online]. [cit. 2010-03-15]. Dostupný z WWW: <http://slovník-cizich-slov.abz.cz>.

- [2] *Psychologie mezilidských vztahů* [online]. [cit. 2010-02-12]. Dostupný z WWW: <http://mezilidske-vztahy.euweb.cz>.
- [3] RAŠTICOVÁ, Martina. *Cizinec versus našinec aneb Co ovlivňuje naše vnímání jiných lidí* [online]. 1.10. 2009 [cit. 2010-04-22]. Dostupný z WWW: <http://psychologiednes.eu>.
- [4] *Oficiální stránky Ministerstva zahraničních věcí ČR* [online]. [cit. 2010-03-04]. Dostupný z WWW: <http://www.mzv.cz>.
- [5] *Oficiální stránky organizace CzechTourism* [online]. [cit. 2010-03-16]. Dostupný z WWW: <http://www.czechtourism.com>.
- [6] *Oficiální stránky hotelu Slunce v Havlíčkově Brodě* [online]. [cit. 2010-03-17]. Dostupný z WWW: [http:// www.hotelslunce.com](http://www.hotelslunce.com).
- [7] *Obchodní rejstřík firem* [online]. [cit. 2010-03-17]. Dostupný z WWW: <http://obchodnirejstrik.cz>.
- [8] *Hotel Slunce, ubytování Havlíčkův Brod* [online]. [cit. 2010-03-20]. Dostupný z WWW: <http://www.hotel-slunce-havlickuv-brod.az-ubytovani.com>.
- [9] *Oficiální stránky města Havlíčkův Brod* [online]. [cit. 2010-03-26]. Dostupný z WWW: <http://www.muhb.cz>.

Seznam obrázků a tabulek

Obr.1: Znázornění modelu sociální interakce [2]	13
Obr.2: Budova hotelu Slunce [6]	45
Obr.3: Dvoulůžkový pokoj [8].....	46
Obr.4: Hotelová restaurace [8].....	47
Obr.5: Havlíčkův Brod [9].....	48
Obr.6: Recepce hotelu Slunce [8]	51
Tab.1: Vnější vzhled – muži (CZ)	57
Tab.2: Vnější vzhled – ženy (CZ).....	57
Tab.3: Společenské vystupování – muži (CZ).....	57
Tab.4: Společenské vystupování – ženy (CZ)	58
Tab.5: Chování vůči personálu a ostatním hostům – muži (CZ).....	58
Tab.6: Chování vůči personálu a ostatním hostům – ženy (CZ)	58
Tab.7: Dominance x submise – muži (CZ).....	59
Tab.8: Dominance x submise – ženy (CZ)	59
Tab.9: Míra asertivity – muži (CZ).....	59
Tab.10: Míra asertivity – ženy (CZ)	60
Tab.11: Náročnost na poskytované služby – muži (CZ)	60
Tab.12: Náročnost na poskytované služby – ženy (CZ).....	60
Tab.13: Opatrnost – muži (CZ).....	61
Tab.14: Opatrnost – ženy (CZ)	61
Tab.15: Skromnost x ješitnost – muži (CZ).....	61
Tab.16: Skromnost x ješitnost – ženy (CZ)	61
Tab.17: Spořivost – muži (CZ)	62
Tab.18: Spořivost – ženy (CZ)	62
Tab.19: Tolerance – muži (CZ)	62
Tab.20: Tolerance – ženy (CZ).....	62
Tab.21: Komunikativnost – muži (CZ).....	63
Tab.22: Komunikativnost – ženy (CZ)	63
Tab.23: Vnější vzhled – muži (ZH)	63
Tab.24: Vnější vzhled – ženy (ZH)	64
Tab.25: Společenské vystupování – muži (ZH).....	64
Tab.26: Společenské vystupování – ženy (ZH)	64
Tab.27: Chování vůči personálu a ostatním hostům – muži (ZH).....	65
Tab.28: Chování vůči personálu a ostatním hostům – ženy (ZH)	65
Tab.29: Dominance x submise – muži (ZH).....	65
Tab.30: Dominance x submise – ženy (ZH)	66
Tab.31: Míra asertivity – muži (ZH)	66
Tab.32: Míra asertivity – ženy (ZH).....	66
Tab.33: Náročnost na poskytované služby – muži (ZH)	66
Tab.34: Náročnost na poskytované služby – ženy (ZH).....	67
Tab.35: Opatrnost – muži (ZH)	67
Tab.36: Opatrnost – ženy (ZH).....	67
Tab.37: Skromnost x ješitnost – muži (ZH)	68
Tab.38: Skromnost x ješitnost – ženy (ZH).....	68
Tab.39: Spořivost – muži (ZH).....	68
Tab.40: Spořivost – ženy (ZH)	68
Tab.41: Tolerance – muži (ZH)	69
Tab.42: Tolerance – ženy (ZH).....	69

Tab.43: Komunikativnost – muži (ZH)	69
Tab.44: Komunikativnost – ženy (ZH).....	69
Tab.45: Komparace – vnější vzhled	71
Tab.46: Komparace – společenské vystupování.....	71
Tab.47: Komparace – chování vůči personálu a ostatním hostům	71
Tab.48: Komparace – dominance x submise	72
Tab.49: Komparace – míra asertivity	72
Tab.50: Komparace – náročnost na poskytované služby.....	72
Tab.51: Komparace – opatrnost.....	73
Tab.52: Komparace – skromnost x ješitnost.....	73
Tab.53: Komparace – spořivost	73
Tab.54: Komparace – tolerance	74
Tab.55: Komparace – komunikativnost.....	74