



**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**

OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

Společenský a diplomatický protokol

Distanční studijní text

Pavína Pellešová, Patrik Kajzar

Karviná 2024

- Obor:** Cestování, turismus a volný čas
- Klíčová slova:** Etika, etiketa, společenská významnost, společenské chování, společenské oblečení; cestování, volný čas, sport a chování, oblékání v zaměstnání, time management, společenského chování na vybraných společenských akcích, pravidla obchodního jednání, společenské příležitosti, jednání s partnery, diplomatický protokol, diplomatická mise, konzuláty, protokolární akce.
- Anotace:** Cílem studijní opory je seznámit studenty se základními pojmy z oblasti společenského a diplomatického protokolu. Čtenáři se seznámí se základními pojmy souvisejícími s etiketou, společenským chováním, jednotlivými druhy oblečení, s problematikou etikety v zaměstnání, dále se základními zásadami společenského chování při návštěvě různých společenských akcí, se základními pravidly obchodního jednání, s oblastí společenských podniků a společenských příležitostí, s předáváním vizek a pozvánkami. Závěrem budou představeny diplomatické mise, konzulární styky a konzuláty.

Slezská univerzita v Opavě
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné

Toto dílo podléhá licenci:

Creative Commons



Uveďte původ-Neužívejte dílo komerčně-Zachovejte licenci 4.0

Znění licence dostupné na:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Autor: **doc. Ing. Pavlína Pellešová, Ph.D.**
Ing. Patrik Kajzar, Ph.D.

Recenzenti: doc. PhDr. Michal Lukáč, PhD., Ed.D.
Ing. Miroslava Kostková, Ph.D.

ISBN 978-80-7510-587-5

Obsah

ÚVODEM.....	5
RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNI OPORY.....	6
1. ÚVOD DO PRAVIDEL SPOLEČENSKÉHO STYKU	7
1.1 Základní pojmy etikety a její vývoj	7
1.2 Osobnosti české etikety	12
1.3 Společenská významnost lidí	15
1.4 Komunikace a představování	23
2. SPOLEČENSKÉ OBLEČENÍ.....	7
2.1 Oblečení	35
2.2 Pánské oblečení	49
2.2.1 Módní prohřešky mužů	52
2.3 Dámské oblečení	53
2.3.1 Módní prohřešky žen	55
3. CESTOVÁNÍ A VOLNÝ ČAS	60
3.1 Cestování.....	60
3.2 Dovolená, volný čas a sport	68
3.3 Cestujeme různými dopravními prostředky	71
4. V ZAMĚSTNÁNÍ.....	81
4.1 Ucházíme se o zaměstnání	82
4.2 Chování a oblékání v zaměstnání.....	91
4.3 Poprvé nadřízeným pracovníkem.....	95
4.4 Time management	105
5. ETIKA SPOLEČENSKÝCH AKCÍ A V PODNIKÁNÍ.....	115
5.1 Základní zásady společenského chování na vybraných společenských akcích	116
5.2 Etika chování na vybraných podnikových akcích.....	124
5.3 Pravidla stolování.....	127
6. ZÁKLADNÍ PRAVIDLA OBCHODNÍHO JEDNÁNÍ VE VYBRANÝCH ZEMÍCH	133
6.1 Zásady a specifika obchodního jednání	133
6.2 Obchodní jednání ve vybraných zemích	140
7. SPOLEČENSKÉ PODNIKY A PŘÍLEŽITOSTI.....	146
7.1 Společenské podniky a události pro sjednávání obchodních kontaktů	146

7.2	Pozvání a pozvánky.....	150
8.	DIPLOMATICKÉ STYKY A DIPLOMATICKÝ PROTOKOL	157
8.1	Diplomacie a diplomatické styky, diplomatický protokol	157
8.2	Pravidla pro další protokolární akce a diplomatickou korespondenci	166
	LITERATURA	175
	SHRNUTÍ STUDIJNÍ OPORY	182
	PŘEHLED DOSTUPNÝCH IKON.....	183

ÚVODEM

Předkládan studijn text je inovací studijního textu z roku 2018. Studijní opora je určena studentům bakalářské formy studia studijního programu Cestovní ruch a turismus, studijního programu Mezinárodní obchod, studijního programu Marketing, a to jak prezenční, tak i kombinované formě studia. Tato opora je určena také dalřím zájemcům, kteří se o problematiku podnikání v cestovním ruchu zajmjí. Slouží rovněž i dalřím studentům bakalářské formy studia v rámci volitelných předmětů, ale může být také obohacením pro širokou veřejnost.

Cílem studijn opory je seznámit studenty se základními pojmy z oblasti etiky a společenského chování. Čtenáři se seznámí se základními pojmy souvisejícími s etikou, oblékáním při různých příležitostech. Bude představena problematika spojen s obchodním jednáním, soukromými i služebními cestami, jako i vnímáním a realizací volného času. Ve studijn opoře se seznámíte s částí zaměřené na ucházení se o zaměřtnn, chování a oblékání v zaměřtnn, etický kodex, chování vedoucího pracovníka, time management i team-building. Autoři popisují i zásady společenského chování při návřtěvě různých společenských akcí, společenských podniků a společenských příležitostí. Závěrem je prezentována oblast diplomacie a diplomackch styků.

Distanční studijn opora se skládá s osmi kapitol. Každ kapitola obsahuje vybrané distanční prvky, které Vám pomohou se orientovat v textu. Na začátku každé kapitoly byly použity distanční prvky, jako je rychlý náhled kapitoly, cíle kapitoly, klčov slova. Dalřími distančními prvky, mezi které patří definice a k zapamatování slouží pro osvojení nejdležitěších pojmů z probírané problematiky. Na konci každé kapitoly jsou k dispozici otázky a odpovědi pro zopakování probírané látky. K dalřím použitm distančním prvkům použitých v distanční studijn opoře patří samostatný úkol, který slouží pro samostatnou práci studentů a v neposlední řadě také distanční prvek shrnutí kapitoly, který obsahuje stručný souhrn relevantních informací z vybrané problematiky.

Vážení studenti, přejeme Vám hodně zdaru a mnoho úspěchů při studiu problematiky společenského a diplomackho protokolu.

Pavčina Pelleřov, Patrik Kajzar

RYCHLÝ NÁHLED STUDIJNÍ OPORY

První kapitola se věnuje základním pojmům v oblasti etiky a společenského chování, včetně vývoje etikety, charakteristiky významných osobností a popisu společenského významu lidí.

Druhá kapitola představuje deskripci základních informací související s oblékáním, včetně jeho členění do vybraných skupin. Popsány jsou jednotlivé druhy oblečení a podrobněji je specifikováno pánské a dámské oblečení. Na konci kapitoly jsou uvedeny příklady prohrěšků v oblékání jak žen, tak i mužů.

Třetí kapitola rozlišuje vymezení pojmu obchodní cesta a soukromá cesta, pozitivní pojem volného času a negativní pojem volného času. Dalším tématem jsou informace o tom, co vyřídit a obstarat před odjezdem na dovolenou, jak je možné trávit volný čas, jaké druhy oblečení si máme vzít s sebou na dovolenou. Popsány jsou také různé druhy dopravy, které můžeme při cestování, dovolené a trávení volného času využít. Závěr kapitoly bude zaměřen na některé prohrěšky v oblasti cestování.

Problematika zaměstnání osob je předmětem, kde se budeme mimo jiné věnovat ucházení se o zaměstnání, dvěma strategiím hledání prvního zaměstnání, a to formálnímu způsobu a neformálnímu způsobu. Dále se dozvíte, jak se chovat a oblékat v zaměstnání, co je a není vhodné obléci si do práce. Studenti se seznámí s jednáním a chováním nadřízeného pracovníka, s vymezením pojmu timemanagement, zloději času a teambuildingem,

V páté kapitole bude důraz kladen na základní zásady společenského chování při návštěvě různých společenských akcí, jako jsou např. divadlo, kino, vernisáž, koncerty, plesy, taneční zábavy apod. Vysvětleny také budou základní pravidla stolování a dvě kategorie stolování, tj. rodinné stolování a sváteční stolování.

Šestá kapitola se zaměřuje na přípravu na obchodní jednání, průběh jednání, základní pravidla obchodního jednání a přináší příklady obchodních jednání ve vybraných zemích. Tato kapitola také stručně představuje západní a východní kulturu.

Sedmá kapitola se věnuje oblasti společenských podniků a příležitostem, při kterých se mohou uzavírat různé obchodní kontrakty. Kapitola obsahuje také vybrané příklady společenských událostí a specifikuje etiketu spojenou s obchodními jednáními, včetně výměny vizitek a vysvětlení mezinárodních zkratk na vizitkách a pozvánkách.

Poslední osmá kapitola se zaměřuje na problematiku diplomacie a diplomatických vztahů. Krátce popisuje vybrané orgány státu, které slouží pro mezinárodní styk, a vysvětluje diplomatické mise, konzulární styky a konzuláty. Rovněž se zabývá rolí pravidel pro další protokolární události a diplomatickou korespondenci.

1. ÚVOD DO PRAVIDEL SPOLEČENSKÉHO STYKU

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Tato kapitola představuje studentům klíčové termíny v oblasti etiky a společenského chování. Analyzuje vývoj etikety, popisuje významné postavy české etiky a zkoumá společenskou významnost lidí a způsoby mezilidské komunikace. Důraz je také kladen na témata související s představováním, výměnou vizitek a užíváním titulů.

CÍLE KAPITOLY



Konkrétní výčet schopností, dovedností, kompetencí, které by měl student po prostudování kapitoly ovládat nebo dosáhnout:

- definovat pojmy: společenské chování, společenský kodex, etiketa,
- popsat vývoj etikety,
- vyjmenovat osobnosti české etiky,
- vysvětlit společenskou významnost lidí,
- charakterizovat komunikaci mezi lidmi, včetně představování.

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Etika, etiketa, netiketa, moderní etiketa, slušnost, zdvořilost, takt, společenské chování, společenská významnost lidí, osobnosti české etiky, společenské prohršky lidí, komunikace, verbální komunikace, neverbální komunikace; písemná, telefonická, osobní a elektronickou komunikace, představování, vizitky, užívání vybraných titulů.

1.1 Základní pojmy etikety a její vývoj

S pojmem etiketa se lze setkat v případě nějakého označení nebo štítku, kousku papíru, popřípadě vinety, jež označuje a vypovídá o obsahu dané věci. Tímto pojetím pojmu se zde ale zabývat nebudeme.

Etiketa není shodný pojem jako etika. **Etika** je humanitní věda, která se zabývá morálními jevy v nejširším smyslu. Upírá svou pozornost k mravním hodnotám jako takovým,

Etiketa

podrobuje výzkumu jejich obsahy a zdůvodňování. Etika se rovněž věnuje studiu určitého stavu mravnosti jak v individuální, tak ve společenské rovině. Etika se odvozuje od starořeckého slova *étos*, což znamená mrav, zvyk, obyčej či charakter (Fiala, 2006, s. 12, 16).

Df

DEFINICE ETIKETY

Etiketa je soubor pravidel a konvencí, které určují společenské normy a očekávání ohledně chování, komunikace a interakce mezi lidmi v různých sociálních situacích. Tato pravidla se týkají způsobu, jakým se lidé navzájem zacházejí, a zahrnují aspekty jako zdvořilost, respekt, slušnost, a vhodné sociální normy.

Df

DEFINICE SPOLEČENSKÉHO CHOVÁNÍ

Společenské chování člověka – neboli společenský kodex, popřípadě **etiketu** – můžeme definovat jako souhrn společenských zvyklostí, které nám umožňují efektivně přežít a chránit se před společenskými úrazy. Je to vlastně souhrn pravidel, norem, zvyklostí, tradic, nepsaných zákonů ... atd., které určují obvyklé a přijatelné mechanismy našeho chování ve společnosti (Smejkal a Schelová Bachrachová, 2011, s. 18).

Pravidla společenského chování se mění v čase: Co platilo za Gutha-Jarkovského, neplatí dnes tak docela. Například žena nikdy neplatila útratu, což je dnes běžné. Tato pravidla se mění rovněž v prostoru, např. v Japonsku se lidé uklánějí, v Evropě si podávají ruku.

Pravidla společenského chování se stále mění a modifikují se dle měnících se potřeb. Liší se podle sociální a kulturní oblasti. Tato pravidla jsou relativní v čase a prostoru. Přes tuto relativnost je možné stanovit tři univerzálně platné základní zásady společenského chování (Kajzar, 2013, Gullová, 2011):

- **slušnost** - jako například skromnost, ochota, přívětivost, atd.; Slušnost a slušné chování můžeme velmi obecně charakterizovat jako všeobecně přijatelný způsob chování člověka ve společnosti, neexistuje sama o sobě, ale projevuje se až ve vzájemném styku, komunikaci a vztazích lidí,
- **zdvořilost** - jako vnější výraz slušnosti ve společenském styku spojená se znalostí společenských pravidel. Je pro ni typická triáda pozdrav-popros-poděkuj (Sedláček a Sedláček, 2001),
- **takt** - znamená ještě něco více než slušnost nebo zdvořilost, jako schopnost přiměřeně aplikovat obecné zásady a pravidla společenského styku v konkrétní si-

tuaci, ohleduplnost odstupňovanou podle osob a situací, umění zvážit přiměřenost jednání, umění vžít se do situace partnera. Taktní je člověk tehdy, když přemýšlí o tom, jak jedná s jinými a když mu záleží na tom, jak s nimi komunikuje. Takt je dle Sedláčka a Sedláčka (2001) ohleduplné společenské chování, kdy jsme schopni si všimnout jiných lidí vcítit se do jejich myšlení a snažíme se jim porozumět.

Chování vymezuje řada známých osobností¹:

- „Od koho ses naučil tak dobrému chování? Od těch, odpověděl, kteří se chovali špatně. Co jsem u nich viděl nesprávného, tomu jsem se vyhýbal.“ — Saadí perský básník 1184–1291,
- „Chování lidí by mělo mít vlastnost jejich šatů; nemělo by být příliš volné, ani příliš těsné, ale pohodlné na práci a pohyb.“ — Francis Bacon anglický filozof, státník, vědec, právník a autor 1561–1626,
- „Moudrý člověk snese všechny urážky, které se na něj valí, protože nejlepší odpovědí na neslušné chování je trpělivost a zdrženlivost.“ — Molière francouzský dramatik a herec 1622–1673,
- „Schvalujeme svoje chování s takovou jistotou, s jakou je kritizujeme u druhých.“ — Étienne Bonnot De Condillac francouzský akademik 1715–1780,
- „Chování je zrcadlo, v němž každý ukazuje svoji povahu.“ — Johann Wolfgang von Goethe německý spisovatel 1749–1832,
- Hledání zlatých pravidel chování je stejně chimérické jako hledání kamene mudrců.“ — George Bernard Shaw irský dramatik 1856–1950,
- „Hledání smyslu a smysluplnosti života je primárním motivem lidského chování. Tato potřeba - stejně jako jiné potřeby - může být uspokojována nebo neuspokojena.“ — Abraham Maslow americký psycholog 1908–1970,
- „Inteligentním tvorům se zdá lidské chování podobné, jako se nám zda chování lidí nakupujících přes teleshopping.“ — Sebastián Wortys umělec a spisovatel 1994.

Etiketa v moderním pojetí se objevila již ve starém Egyptě i antickém Římě, a to hlavně na panovnických dvorech.

Slovo etiketa vzniklo ze starofrancouzského "estiguer" - tedy "přípevnit" nebo "vyvěsit". Pravidla, dodržovaná u královského dvora a pravděpodobně i v objektech určených pro strážce a vojsko, se vyvěšovala na zeď a stávala se z nich denní pravidla ("l'estiquet" nebo "l'estiquette"). Slovo etiketa vzniklo jako soubor pravidel pro daný den, místo, oblast, existují různé teorie, které vznik etikety blíže specifikují. Traduje se, že první pravidlo pro chování dvorské šlechty stanovil zahradník francouzského krále Ludvíka XIV, (1643-1715), když zakázal rozverným párům dovádět na pěstěných trávnicích ve Versailles. Napíchal do trávníku cedulky se zákazem a od starogermánského „sticken“, připichovat, se

¹ CITATY.NET, 2023: *Citáty o chování*. [online] [vid. 10. 12. 2023]. Dostupné z <https://citaty.net/citaty-o-chovani/>

přes starofrancouzské estiquette vyvinulo slovo étiquette, etiketa. Tyto tabulky byly prvními instrukcemi pro chování dvorské šlechty. Proto je slovo etiketa homonymum, označuje jednak pravidla chování, jednak nálepkou na lahvi. Druhý možný výklad je pravděpodobnější: za významnými hodnostáři u dvora chodil ceremoniář s cedulkou se jménem. Ludvík XIV., zvaný „král Slunce“, byl považován téměř za boha a tomu odpovídala také složitost ceremoniálu na jeho dvoře. (Špaček, 2008).

V průběhu času se význam slova "etiketa" rozšířil na soubor pravidel a konvencí týkajících se společenského chování a komunikace mezi lidmi, a to zejména ve vyšších sociálních kruzích a na dvoře. Dnes je termín "etiketa" používán pro označení těchto společenských pravidel a norem, které určují, jak se správně chovat v různých situacích.

Jak uvádí Špaček (2008, s 13–14) k dalšímu rozvoji etikety přispěl také Adolf Franz Friedrich Ludwig, který v druhé pol. 18. sepsal dílo „O jednání s lidmi“ a rozšířil myšlenky věnované problematice osvícenství a lidských práv na vztahy mezi lidmi. Mezi země, které se také podílely na rozvoji etiket, patřili Britové a Francouzi a jejich diplomacie. Na rozvoj etikety mělo velký vliv vytvoření rozsáhlé střední vrstvy v Británii, zvané **English gentry**. Vrstva zahrnovala nižší šlechtu, panstvo, a také obchodníky a podnikatele, kteří zbohatli především z obchodu, profesních povolání a farmaření. V 18. století se ujal pro příslušníky této vrstvy výraz gentleman. Gentlemani se stávali vzorem celé společnosti, jejich mravy, životní zásady a styl oblékání jim záviděli i příslušníci ostatních vrstev.

English
gentry

Američané občas etiketu zaměňují s tzv. „**good manners**“, můžeme přeložit jako vybrané způsoby, dobré chování, kam lze zařadit lidský charakter. K základním stavebním kamenům americké etikety patří: respekt, ohleduplnost a čestnost, laskavost a úcta.

Good man-
ners



DEFINICE NETIKETY

Netiketa – slovo je složeno s anglického net (sít) a známého výrazu etiketa. Označuje se jím souhrn pravidel, která bychom měli při používání internetu a emailu dodržovat, abychom neohrozili práva ostatních ani vlastní čest. (Sedláček a Sedláček, 2001, s. 58).



KONTROLNÍ OTÁZKA

Jak chápeme pojmy etika, etiketa, netiketa?

Společenský život, především na oficiální úrovni, podléhá na jedné straně pravidlům etikety, na druhé straně se dodržuje tzv. diplomatický protokol (ten vznikl v době Vídeňského kongresu v letech 1813-15 a od té doby se nezměnil). Protokol platí jako všeobecná, velmi praktická pomůcka mezinárodního soužití, dodržuje se při všech státních a politických událostech, platí i při

jiných velkých společenských příležitostech. Již před dvěma stovkami let platila pro chování ve společnosti tato definice: „Etiketa je soubor jistých zvyků a obyčejů ve vnějším styku společenském. „Původ etikety je náboženský a vyjadřuje odvislost, úctu, bázeň před tím, jemuž se prokazuje.“ Kolem roku 1930 se již hovoří o způsobech společenských, různě odstupňovaných podle hodnoty a důstojnosti, pro zdvořilost upravenou pravidly².

Pravidla společenského chování se vyvíjela. **Tradiční společnost** (společnost před začátkem průmyslové revoluce) byla v evropském zeměpisném kontextu rozdělena do stavů. Náležitost ke stavu byla dědičná a nebylo ji možné změnit. Tuto nerovnost odstranil počátek průmyslové revoluce a moderní společnosti, vznikla ale nerovnost nová daná schopnostmi a majetkem. Od této doby dělíme společnost do tříd: nižší třída, střední třída a vyšší třída. Pří náležitost ke třídě je dána hlavně vzděláním, majetkem, profesí, podílem na moci. Představitelé společenských vrstev rozlišíme dle statusových symbolů jako je značka automobilu, značka oděvů, způsob bydlení a trávení volného času apod. Uvedené symboly určují místo jedince ve společnosti, které se mění v čase.

**Tradiční
společnost**

V současné době se můžeme setkat také s pojmem **moderní etiketa**. Dle Špačkové (2009) se etiketa v moderním pojetí se objevila již ve starém Egyptě i antickém Římě, a to hlavně na panovnických dvorech.

DEFINICE MODERNÍ ETIKETY



Moderní etiketa je soubor pravidel a konvencí, které se týkají společenského chování, komunikace a mezilidských vztahů v současném světě a době. Tato etiketa reflektuje změny ve společnosti, technologii, a kulturních hodnotách, které se v průběhu času vyvinuly. Zahrnuje také nové aspekty související s digitálním věkem a globalizací.

Některé charakteristiky moderní etikety zahrnují např.:

**Moderní
etiketa**

- **Digitální komunikaci:** Moderní etiketa se zabývá také tím, jak správně komunikovat v digitálním prostředí, včetně používání e-mailu, sociálních médií, a textových zpráv. To zahrnuje zachování slušného a respektujícího tónu ve virtuálním světě.
- **Soukromí a kybernetická bezpečnost:** Moderní etiketa zdůrazňuje důležitost ochrany soukromí a respektování osobních údajů. Lidé by měli být obezřetní při sdílení informací online a respektovat soukromí druhých.

² CHOVAŇE.U, 2018. *Etiketa a její historie* [online] [vid. 10. 2. 2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/etiketa-a-jeji-historie/c57>

- **Multikulturalismus a diverzitu:** V globalizovaném světě moderní etiketa zdůrazňuje respekt a porozumění různým kulturám, hodnotám a vícečetným společnostem. Je důležité být otevřený a tolerantní vůči různým perspektivám.
- **Pracovní etiketu:** Moderní pracovní etiketa se týká profesionálního chování a komunikace v moderním pracovním prostředí, včetně způsobů spolupráce a vedení týmů.
- **Udržitelnost a environmentální ohleduplnost:** Moderní etiketa zahrnuje také ohled na životní prostředí a udržitelnost. Lidé by měli být ohleduplní k přírodě a snažit se minimalizovat svůj ekologický otisk.
- **Genderovou a sexuální rovnost:** Moderní etiketa klade důraz na dodržování principů genderové a sexuální rovnosti, což zahrnuje respekt k různým identitám a orientacím.



KONTROLNÍ OTÁZKA

Jaké jsou hlavní rozdíly mezi tradiční etiketou a moderní etiketou, a jaké výzvy a příležitosti přináší moderní technologie a globalizace do oblasti společenské etikety?

1.2 Osobnosti české etikety

Osobnosti české etikety

Český bonton (vybrané způsoby chování) prodělal v minulosti renovaci a získal ztracený zájem publika. Je to dáno úsilím významných osobností o jeho rozšíření do podvědomí co nejvyššího počtu lidí od top manažerů po běžného konzumního člověka. Mezi osobnosti etikety u nás patří např. (Kajzar, 2013):



K ZAPAMATOVÁNÍ

- Jiří Stanislav Guth-Jarkovský,
 - Dobromil Ječný,
 - Ladislav Špaček,
 - Eliška Hašková Coolidge,
 - Eva Filipová
 - a další osobnosti etikety zde neuvedené.
-

Jiří Guth-Jarkovský se narodil 23. 1. 1861 v Heřmanově Městci v rodině panského úředníka. Studoval na gymnáziu a poté filozofii, matematiku a fyziku na Filozofické fakultě na univerzitě v Praze. Poté se věnoval pedagogické práci - stal se vychovatelem v šlechtické

rodině. V roce 1891 zavedlo ministerstvo školství tělesnou výchovu a zájemci o ni mohli požádat o subvenci na zahraniční studijní pobyt. Guth-Jarkovský toho využil a obdržel 200 zlatých na cestu do Paříže. Zde se setkal a **spřátelil s Pierre de Coubertinem**, který zásadně ovlivnil celý jeho další život - nadchnul ho pro myšlenku obnovit olympijské hry po vzorů starých Řeků³.

Do roku 1887 působil⁴ jako vychovatel princů ze Schaumburg - Lippe v Náchodě, v letech 1887-1893 učil na Akademickém gymnázium v Praze, 1893-1896 na gymnázium v Klatovech a od roku 1896-1918 působil opět v Praze a v letech 1919-1923 generální tajemník Mezinárodního olympijského výboru. V období 1900-1929 byl předsedou Českého a po vzniku republiky Československého olympijského výboru, spoluzakladatel a první předseda České amatérské atletické unie, předseda a redaktor Klubu turistů. Napsal řadu děl, z oblasti pravidel chování to jsou: Společenský katechismus, Na veřejnosti, Rodinné události atd. Stal se zakladatelem novodobé české etikety. Slušnost je člověku vrozená, zatímco zdvořilost je uvědomělým vnějším projevem slušnosti, které se musíme naučit. Pojetí etikety podle autora Gutha-Jarkovského. „Slušnost je forma takového chování, kterým člověk nikdy nikomu vědomě neublíží, naopak vždy a všude při vzájemném styku jemu chce být s prospěchem a s užitkem.“ Dle Gutha-Jarkovského: „Zdvořilost a dobrý mrav žádá, abychom se k neznámým chovali vždy tak, aby naše přítomnost jim byla ne-li příjemnou, tož aspoň co nejméně na obtíž. Základní pravidlo obecné slušnosti jest: chovati se tak, abychom na sebe obraceli pozornost co nejméně.“

Dobromil Ječný se narodil 10. února 1917 v Ivanovicích na Hané. Po válce byl Ječný jmenován diplomatem. Díky této profesi měl možnost prohloubit znalosti světových jazyků a zúčastnit se důležitých zahraničních akcí, což mu velice pomohlo i v kariéře právníka. Od roku 1964 se stal profesorem na Univerzitě Karlově, Vysoké škole ekonomické v Praze, Vysoké škole zdravotnické v Praze a v Českých Budějovicích. Je držitelem několika československých vyznamenání. Je autorem např. knihy „Gastronomický a společenský průvodce světem – I. Evropa“.

Ladislav Špaček v letech 1992 až 2003 působil na pozici mluvčího prezidenta republiky Václava Havla a také jako ředitel Tiskového odboru Kanceláře prezidenta republiky. Během svého působení na Pražském hradě navštívil spolu s prezidentem Havlem přes padesát zemí světa a absolvoval stovky společenských událostí na nejrůznějších úrovních. Je spoluautorem a protagonistou televizního seriálu Etiketa, rovněž je autorem knih Etiketa, Velká kniha etikety a Slon v porcelánu aneb jak se neztratit v labyrintu etikety. Na Fakultě sociálních věd UK vyučoval komunikaci s médii. Publikuje v různých médiích a pořádá přednášky o komunikaci s médii, krizové komunikaci a etiketě pro přední představitele top

³ QUIDO.CZ, 2013. *Osobnosti*. [online] [vid. 9. června 2013]. Dostupné z <http://www.quido.cz/osobnosti/jarkovsky.html>

⁴ CHOVAŇI.EU, 2023. *Osobnosti etikety*. [online] [vid. 9. 12 2023]. Dostupné z <https://www.chovani.eu/phdrjiri-stanislav-guth-jarkovsky/c964>

managementu firem, státní správy a politiky⁵. V letech 1990-1992⁶ působil jako redaktor a moderátor ve zpravodajství Československé televize, později také jako hlavní protagonista seriálu *Etiketa*, dále v období 1992-2003 působil na Pražském hradě jako mluvčí prezidenta republiky Václava Havla. Od roku 2009 je znám především díky činnosti týkající se společenské etikety - pořádá přednášky pro veřejnost i různé organizace, napsal několik knih:

- Velká kniha etikety,
- Nová velká kniha etikety,
- Malá kniha etikety - pro firmu a úřad,
- Malá kniha etikety - pro manažery,
- Malá kniha etikety - pro každý den,
- Malá kniha etikety - u stolu,
- Malá kniha etikety - pro celou rodinu,
- Velká kniha etikety,
- Špaček v porcelánu aneb *Etiketa, vole!*,
- Deset let s Václavem Havlem,
- Nová velká kniha etikety.

Eliška Hašková Coolidge kariéru začala nástupem na prestižní Georgetown University School of Foreign Service v roce 1959. V Bílém domě kde založila Kancelář prezidentských zpráv, jejímž úkolem je zajišťovat styk s veřejností, a jako její vedoucí pracovala 18 let jako zvláštní asistentka pěti amerických prezidentů. Po osmnácti letech přešla na ministerstvo zahraničních věcí USA, kde pracovala mimo jiné jako náměstkyně šéfa protokolu Spojených států a jako alternující zástupce velvyslance v Organizaci amerických států. Od roku 1991 často navštěvovala Čechy a v roce 1998 se do rodné země vrátila trvale.⁷ Eliška Hašková⁸ má dlouholetou praxi s vedením kurzů etikety, které osobně vede. Specializuje se na rozvoj osobnosti převážně v oblasti komunikačních, prezentačních a obchodních dovedností. Je členkou správní rady AIPES (kurzy vzdělání pro mladé lidi z Východní Evropy). Napsala knihu *Pět amerických prezidentů, česká babička a já* (2005).

Eva Filipová se narodila v roce 1961. Vystudovala fyzioterapii a poté Pražskou psychoterapeutickou fakultu. V roce 1993 působila jako externí redaktorka několika časopisů a deníků. Autorka publikací v oblasti společenské etikety, gastronomie, členka redakční rady časopisu *Prestige*, *Stylenew* a mnoha dalších tvůrčích aktivit. Po roce 1991 byla jednou z prvních, která začala s programem úspěšných kurzů pro ženy. Dlouhodobý, mimořádný zájem o gastronomii a znalost prostředí ji přivedl k napsání knih *Excellent menu*, *Česká kuchyně v moderním pojetí*, *Znovuobjevené recepty*, *Instinkt v kuchyni*. S Evou v ráji, za kterou získala v roce 2014 ocenění – třetí místo v soutěži *Zlatý hrozen* – nejlepší

⁵ DATABAZEKNIH.CZ, 2018. *Ladislav Špaček*. [online] [vid. 9.2.2018]. Dostupné z <https://www.databazeknih.cz/zivotopis/ladislav-spacek-1697>.

⁶ CHOVANI.EU, 2023. *Osobnosti etikety*. [online] [vid. 15. 11 2023]. Dostupné z <https://www.chovani.eu/phdr-ladislav-spacek/c958>

⁷ ELIŠKA HAŠKOVÁ COOLIDGE, 2015. *Bibliografie*. [online] [vid. 7. 4. 2018]. Dostupné z <http://www.ehc.cz/biografie/>.

⁸ CHOVANI.EU, 2023. *Osobnosti etikety*. [online] [vid. 15. 11 2023]. Dostupné z <https://www.chovani.eu/eliska-haskova-coolidge-kralovna-etikety/c957>.

gastronomická kniha roku. Kniha Czech cuisine a modern approach dosáhla jako jediná česká kniha o gastronomii velkého uznání v NYC. Je spoluautorkou Zlaté kuchařky.⁹ Úspěšná a stále aktuální je autorská publikace v oblasti zásad společenského chování s názvem Společenská náповěda. Její kniha o společenském chování V koutě štěstí nehledej – společenská pravidla jsou v módě se stala bestsellerem. Poslední kniha Moderní etiketa boduje má výborné ohlasy u čtenářů, prodejně je velmi úspěšná¹⁰.

KONTROLNÍ OTÁZKA



Které významné osobnosti české etikety měly významný vliv na společenské chování a pravidla v České republice, a jaké jsou jejich nejvýraznější přínosy do oblasti etikety a společenského chování?

Které významné osobnosti mezinárodní etikety znáte?

1.3 Společenská významnost lidí

Základním zákonem etikety je zákon společenské významnosti. Jsou uvedena v dílech řady autorů, např. Rýznar (2008), Smejkal (2002), Špaček (2008):

- žena je společensky významnější než muž,
- starší osoba je společensky významnější než mladší osoba,
- nadřízený je společensky významnější než podřízený,
- a společensky významnější je populární osobnost.



Pojem "**společenská významnost lidí**" se používá k popisu toho, jakým způsobem jsou jednotlivci vnímáni nebo jaký mají vliv v rámci společenského prostředí. Tento koncept se týká míry, do jaké jsou lidé považováni za důležité, respektované nebo význačné v rámci určité společnosti, kultury nebo sociálního okolí.

Společenská významnost může být založena na různých faktorech, včetně:

Společenská významnost

⁹ CHO VÁNÍ EU, 2023. EVA FILIPOVÁ. [online] [vid. 15. 11. 2023]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/eva-filipova/c992>.

¹⁰ CHO VANI.EU, 2023. Osobnosti etikety. [online] [vid. 15. 11. 2023]. Dostupné z <https://www.chovani.eu/eva-filipova/c992>.

- **Pracovní pozice a úspěchu:** Lidé, kteří dosahují význačných pozic v pracovním životě, jako jsou manažeři, umělci, vědci nebo politici, často mají větší společenskou významnost.
- **Charity a dobročinné činnosti:** Osoby, které se aktivně účastní dobročinných aktivit nebo pomáhají potřebným, mohou být vnímány jako význačné ve společnosti.
- **Historického významu:** Historické postavy, kteří měli vliv na formování společnosti nebo události, jsou často považovány za význačné osobnosti.
- **Kultury a umění:** Umělci, spisovatelé, herci a další tvůrci mohou získat společenskou významnost svým uměním a kreativními díly.
- **Vzdělání a znalosti:** Osoby s vysokým vzděláním nebo znalostmi v určité oblasti mohou být vnímány jako význační autority v této oblasti.
- **Popularity a mediální pozornosti:** Osoby, které mají velký počet následovníků na sociálních médiích nebo jsou často v médiích zmiňovány, mohou získat významnost veřejnosti atd.

Je důležité poznamenat, že společenská významnost může být subjektivní a může se lišit v různých kulturách a společnostech.



K ZAPAMATOVÁNÍ URČOVÁNÍ MÍRY SPOLEČENSKÉ VÝZNAMNOSTI

Při určování míry společenské významnosti si pomáháme pěti kritérii (Špačková, 2009, s. 69):

- věk – starší má přednost před mladším,
- pohlaví – žena má přednost před mužem,
- funkční zařazení – nadřízený má přednost před podřízeným,
- věhlas – obecně populární osobnost má přednost před osobností obecně neznámou,
- zdravotní stav – člověk s postižením má přednost před zdravým jednotlivcem.

Všichni lidé jsou si rovni – ne však ve společnosti. Při příchodu do ní zapomeňme na ústavou zaručené právo rovnosti. Existují lidé společensky významnější a společensky méně významní. Všeobecně se stále uznává vytváření komfortu pro společensky významnější osoby. Kdo ale tyto osoby jsou? Společenský styk má svá pravidla a je nutné vědět, jak se chovat, aby naše profesionalita a oborová fundovanost byla znalostí těchto "drobností" umocněna. Následující přehled přináší některé konkrétní příklady společensky významných a méně významných osob (Kajzar, 2013, s. 9):

<i>Společensky méně významná osoba</i>	<i>Společensky více významná osoba</i>
mladší	starší
chlapec, muž	dívka, žena
zaměstnanec, podřízený	nadřízený
„obyčejný smrtelník“	známá, populární, významná osobnost

takže třeba:

dítě	rodič, prarodič
žák, student	učitel, profesor
hostitel	host

Jak si ovšem poradíme při "**konfliktu principů**"¹¹?

- Stojím-li se svým nadřízeným a přichází žena, koho mám představit komu jako prvního? Nebo, jsem-li žena a vítám se se starším mužem - nabídnu mu ruku, nebo budu čekat, až to udělá on?
- Funkce i věk jsou relativní, jediným pevným bodem je žena. To je znak neměnný, nezpochybnitelný a na první pohled jasný.
- Další dvě kategorie jsou hodně relativní. Kdo je to vlastně „nadřízený“? Vedoucí oddělení? Ředitel odboru? Náměstek, nebo sám generální? Funkce je ten nejméně významný ze všech tří principů, protože jako jediná je pomíjivá. Dnes náměstek, zítra referent.

Společensky významnější podává ruku jako první žena, společensky významnější, usedá jako první. Společensky významnější dáma vstoupí do dveří jako první. Muž nikdy nenechá ženu zvedat spadlý předmět. Jednotlivci se obecně kategorizují na osoby společensky starší a společensky mladší. Ve středoevropském kontextu se patří mezi kritéria kategorizace:

- věk,
- pohlaví,
- funkce.

Základním projevem zdvořilosti je **pozdrav**, který se člení na verbální a neverbální pozdrav. Jako první slovně zdraví společensky méně významná osoba společensky významnější osobu. Mezi verbální pozdravy patří například: dobrý den, dobré odpoledne, dobrý večer, na viděnou, na shledanou, ahoj, zdar, čau apod. Konkrétní pozdrav volíme podle situace a společenské významnosti jednotlivce. Neverbální pozdravy jsou znázorňovány mimikou a gesty, obsahují podání ruky, políbení ruky, smeknutí klobouku, úklon, úsměv atd. Pozdrav je projevem úcty, proto hledíme do očí tomu, koho zdravíme, nemáme ruce v kapsách, nežvýkáme.

Pozdrav

¹¹ NOVINKY.CZ, 2013. *Zapomeňte na společenskou rovnost*. [online] [vid. 10.6.2013]. Dostupné z <http://www.novinky.cz/kariera/120910-zapomente-na-spolecenskou-rovnost.html>

Pozdrav dělíme na verbální (například dobrý den, na shledanou, ahoj, zdar, čau, aj.) a neverbální (například je znázorňován mimikou, gesty, obsahuje podání ruky nebo políbení ruky, smeknutí klobouku, úklon, úsměv, aj.). Brodský (2017) rozlišuje tři základní druhy pozdravů:

- verbální – doporučení, aby se jednalo o pozdrav slušný, neutrální a formální,
- neverbální,
- salutování – unikátní typ pozdravu, spadající do kategorie neverbální.

Smejkal a Schelova Bachrachová (2011, s. 49) vymezují tyto druhy pozdravů:

POZDRAV	
NEVERBÁLNÍ (beze slov)	VERBÁLNÍ (slovy)
úklon hlavy nebo celého těla, smeknutí klobouku, podání ruky (TADY POZOR – viz dále!), jiné gesto či pohyb (poplácání, zamávání, vztyčení ruky...), úsměv či jiná mimika (zamrkání), polibek ruky, na tvář, na ústa či jinam...	dobrý den (ráno, dopoledne, odpoledne, večer...), na shledanou, na viděnou, sbohem, spánembohem, ahoj, nazdar, buď zdrav, zdravím, rukulíbám, uctivost, má úcta, služebník, poklona, zdař bůh, lovu zdar, dobrý vítr, čau, těbůh, těpic, pápá, servus, pozdrav pánbů, pěkně vítám...)

Oslovení

Oslovení může být započaté pozdravem nebo představením. Hlavních zásad správného oslovování je několik (HOLMEROVÁ, I., 2014):

- obecně platí a společnost nepřipouští oslovení jako třeba „hej“, „podívej/te se“, „poslouchej/te“, „ ty/vy tam“ nebo třeba „hele“.
- Pokud neznáme jméno osoby, kterou se chystáme oslovit, tak je vždy jakýmsi neutrálním oslovením občanský titul „pane/paní“, „slečno“, „vážený pane“/„vážená paní“, „vážený pane kolego“/„vážená paní kolegyně“. Ne tak časté ale také přijatelné se v této situaci zdá být oslovení „příteli“, „mladý muži“, „chlapče“, „promiňte, ale...“, „dovolte, prosím...“.
- Zvýšená koncentrace je potřeba u situací, kdy na někoho musíme nebo chceme zvolat. Pokud bychom oslovili a zavolali na osobou námi neznámou výrazem jako „haló“ nebo dokonce „vy, pane, vy“, mohla by to daná osoba považovat i za urážku.
- Vždy bychom se měli snažit správně připojit k již výše uvedeným oslovením příjmením, příslušný akademický titul, popřípadě funkci oslovujícího.
- Oslovení by mělo být vždy správně vyskloňované.
- Vyhnout bychom se měli oslovování pouze příjmením, které může působit povýšeneckým charakterem.

- Pokud se jedná o komunikaci a jednání korespondenční, kde nám nejsou známy, nebo si nejsme zcela jisti tituly (popř. nejvyšší funkcí) osloveného, je dovoleno použít zkratku P.T. (pleno titulo). Tato zkratka slouží jako omluva, ale zároveň v sobě uchovává skrytý význam toho, že o oslovujícím toho mnoho nevíme.
- Považuje se za impertinentní hovořit o třetí osobě pouhým zájmenem jako „ona“, „on“ nebo „oni“. Ještě větší neomaleností je takto hovořit o třetí osobě, která je přítomná.

Podle Šťastného (2002) má Hamburské **oslovení (hamburský mix, „hamburk“)** podobu rodné, tzv. křestní jméno a vykání nebo služební či akademický titul (bez občanského) a vykání. Například: „Lucie, na zítřejší zkoušku se dobře připravte...“, „Ivane, doneste mi ...“. Hamburský mix zdvořile nabízí společensky vyšší osoba. Nehodí se na jakékoliv jednání na úřadech. Hamburské oslovení se vymezuje jako:

„hamburk“

- oslovování mezi vzdálenými příbuznými,
- pozitivní změna na pracovišti,
- modernizace oslovování mezi blízkými známými (běžnější je zde tykání),
- modernizace oslovování mezi studenty vysokých škol (běžnější je zde tykání),
- modernizace oslovování mezi neznámými lidmi.

Co je občanský titul? Oslovením pane, paní, slečno, ... se dle Sedláčka a Sedláčka (2001) můžeme obrátit na osoby, jejichž jméno neznáme.

PŘÍKLADY NĚKTERÝCH SITUACÍ SPOLEČENSKÝCH PŘEDNOSTÍ

Při nejasnostech o tom, za jakých okolností má být komu poskytnuta přednost, je vždy možnost vyřešit situaci rychlou ústní domluvou nebo dostatečně jasným a srozumitelným gestem. Dále budou uvedeny příklady některých společenských předností¹²:

Příklady společenských předností

- **Vstup do budovy:**
 - ✓ Přednost mají osoby vycházející před vcházejícími, přičemž mohou nastat výjimky, např. vchází-li významná osoba, invalidní osoba, ženy a starší muži. Výjimku uděláte (Špaček, 2019) v případě, kdy vychází muž a vchází žena nebo vychází starší či handicapovaný člověk, tomu dáte přednost, aby nemusel čekat.
 - ✓ Do budovy vchází a z budovy vychází první žena, muž otvírá a přidržuje dveře.
 - ✓ V případě odchodů má jednoznačně přednost osoba vycházející před vcházející.

¹² KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ, 2017. *Minimum ze společenského styku a diplomatického protokolu*. [online] [vid. 7. 4. 2017]. Dostupné z http://www.kr-kralovehradecky.cz/assets/files/2990/minimum_spol_styk.pdf

- ✓ Dle Špačka (2019) při vcházení do budovy muž dává přednost starším, váženým osobám, nadřízeným a ženám.
- **Vstup do místnosti:**
 - ✓ V práci (porady, konference apod.) vstupuje první osoba společensky starší.
 - ✓ Při návštěvě kavárny, restaurace, hotelu nebo jiných veřejných místností vstupují muži v pořadí podle společenské přednosti.
 - ✓ Je-li ve společnosti muž žena, vstupuje dovnitř jako první muž.
 - ✓ Přichází-li žena ke stolu, kde již sedí muži, povstanou při jejím příchodu.
 - ✓ Ke stolu usedá první žena, nejbližší stojící muž jí pomáhá odsunout a přisunout židli.
 - ✓ Jídelní lístek se nabídne ženě při výběru, objednává muž.
- **Stoupání do schodů:**
 - ✓ Muž jde se ženou v jedné rovině, nebo o schod níže, aby mohl poskytnout pomoc při uklouznutí.
 - ✓ A pokud jde před námi do schodů mladá dívka v minisukni? Co poradíme? Neměl by muž v takovém případě přece jenom jít raději před dívkou? Ne. Bezpečnost především! Ostatně v tomto případě by byl blázen, kdyby porušil tak důležité bezpečnostní pravidlo.
 - ✓ Ale pozor, jsme taktní, vždy jdeme tak, abychom se dámy nedotkli. Ze schodů jde muž jako první, tedy opět níž.
- **Vstup do tramvaje:**
 - ✓ Nastupuje první žena a muž jí pomáhá, vystupuje první muž (totéž platí i při nastupování do auta – umístění v autech se řídí především bezpečnostním hlediskem a pohodlím, tj. nejčestnější místo je vpravo vzadu, druhé je vlevo vzadu).

Společenské přednosti a příležitosti

Tyto společenské přednosti můžeme využít např. při takových příležitostech, jako je např.:

- ✓ **Představení na pracovním pohovoru** – mít schopnost prezentovat sebe samého profesionálním a přesvědčivým způsobem může zvýšit šance na úspěšné získání pracovní pozice.

- ✓ **Rodinná oslava nebo svatba** – na těchto událostech může znalost etikety, jako například vhodných gratulací a chování na veřejných akcích, přispět k pozitivnímu prožitku pro hosty i pořadatele.
- ✓ **Obchodní jednání** – v oblasti podnikání jsou dovednosti v oblasti komunikace, vyjednávání a zachování profesionálního chování důležité pro uzavírání obchodů a udržování vztahů s klienty a partnery.
- ✓ **Veřejné vystoupení** – během veřejných vystoupení, jako jsou přednášky nebo prezentace, umění efektivní komunikace a respekt k posluchačům mohou zlepšit schopnost sdělit myšlenky nebo zprávy.
- ✓ **Sociální akce** – na společenských akcích, jako jsou večírky, bankety nebo gala-večery, je důležité umět se chovat a komunikovat s ostatními.
- ✓ **Online komunikace** – na internetu a sociálních sítích je také vhodné respektovat pravidla slušného chování a dodržovat etiketu při online komunikaci a interakci s ostatními uživateli.

Lévy (2000) uvádí, že každý nový komunikační systém má za následek vyloučení některých jedinců. Před vynálezem písma neexistovali analfabeti. Tisk a televize s sebou přinesl rozdíl mezi těmi, kdo publikují či se objevují v médiích, a ostatními. V dnešní době lze říci, že komunikace prostřednictvím sociálních sítí má za následek vyloučení jedinců bez přístupu k internetu, vyloučení jedinců, kteří danou sociální síť nepoužívají apod.

KONTROLNÍ OTÁZKA



Při jakých situacích se nejčastěji setkáváte s porušením společenské přednosti ve vašem osobním či profesním životě?

SPOLEČENSKÉ PROHŘEŠKY LIDÍ

Společenské nehody jsou neočekávané, nepříjemné situace a události, které se mohou vyskytnout v běžném životě, v práci, ve společnosti, při sportu, k nimž dochází, aniž jde o úmysl nebo neznalost etikety. Vznikají různě: neopatrností, shodou náhod, nepromyšleností dopředu některých kroků, nedůsledností¹³.

Společenské nehody

¹³ Etiketa – Společenské nehody [online] [vid. 18. 6.2013]. Dostupné z <http://www.podnikaena.cz/web/i/File/Skripta%20-%20ETIKETA.pdf>



CO JSOU SPOLEČENSKÉ PROHŘEŠKY?

Společenské prohřešky lidí jsou chování, které je považováno za nevhodné, nepřijatelné nebo proti společenským normám a hodnotám. Tyto prohřešky mohou zahrnovat různé formy nedodržování etiky, morálních zásad a pravidel chování ve společnosti.

Společenským prohřeškem je zde míněno například zívání s nezakrytými ústy – tedy chyby, které vznikají vědomě nebo z neznalosti společenských pravidel.

V diplomacii bychom řekli, že šlo o **faux pas**. Slovník spisovného jazyka českého ho definuje takto¹⁴:

- chybný krok v jednání,
- společenská chyba, omyl, nedopatření.

Mezi nejčastější **společenské prohřešky** můžeme dle serveru AskMen zařadit:

- uvolnění místa v dopravním prostředku,
- rušící mobilní telefon,
- představení doprovodu,
- zdržení, zpoždění,
- kdo bude platit,
- jezení s otevřenou pusou.

**Společenské
prohřešky**

Vybrané příklady společenských prohřešků lze rozdělit do určitých oblastí:

- **Nerespektování hierarchie** – nedodržování formálních pravidel a protokolu týkajícího se oslovování nebo jednání s význačnými osobnostmi nebo diplomatickými zástupci.
- **Nerespektování kulturních rozdílů** – nepřihlížení k kulturním normám a zvyklostem hostitelské země nebo kulturnímu kontextu při diplomatických jednáních nebo společenských akcích.
- **Nedodržování dohod** – porušení dohod nebo slibů v diplomatických jednáních, což může poškodit důvěryhodnost a reputaci.
- **Nadužívání alkoholu** – přílišné pití alkoholu během oficiálních společenských událostí nebo jednání může vést k nevhodnému chování a poškození dobrých vztahů.

¹⁴ ROZHLAS.CZ, 2013. Faux pas a déjá vu. [online] [vid. 18.6.2013]. Dostupné z http://www.rozhlas.cz/regina/slova/_zprava/faux-pas-a-deja-vu--167846

- **Nevhodná komunikace** – nepřiměřené nebo urážlivé poznámky, verbální agrese nebo nevhodné téma rozhovoru mohou vést k diplomatickým incidentům.
- **Nedodržování pravidel oblékání** – nerespektování kódů oblékání pro oficiální události nebo návštěvy diplomatických reprezentací.
- **Nesprávné používání titulů a oslovení** – neznalost nebo nesprávné použití titulů a oslovení může být považováno za nedbalost v diplomatickém protokolu atd.

Čemu bychom se měli při oslovování vyhnout? Jaké jsou trapasy při oslovování (Brodský (2017):

- Používání zdvořilostí na veřejnosti nebo při oficiálních setkáních,
- Používání přezdivek,
- Úmyslné, ale i nechtěné degradování nebo komolení titulů,
- Ihned po představení nabízet nebo dokonce vynucovat tykání,
- Nepřítomné oslovovat jako „ON“,
- Záměna jména s jinou osobou,
- Ptát se na původ jména nebo ho jakýmkoli způsobem komentovat.

KONTROLNÍ OTÁZKA



Jaké jsou některé běžné společenské prohřešky v restauraci a jak byste je řešili?

1.4 Komunikace a představování

Komunikace je klíčovým prvkem lidského života a společnosti. Je to proces, který nám umožňuje sdílet myšlenky, názory, pocity a informace s ostatními lidmi. Bez efektivní komunikace by bylo obtížné rozumět druhým, vyjádřit své potřeby, spolupracovat a budovat vztahy.

Moderní technologie, zejména sociální média a mobilní telefony, dramaticky změnil způsob, jakým komunikujeme. I když nám umožňují být propojeni s lidmi po celém světě, mohou také vést k problémům, jako jsou nedostatek osobního kontaktu a konflikty online.

Celkově vzato, komunikace je základní dovedností, která ovlivňuje téměř všechny aspekty našeho života. Je důležité se snažit stále zlepšovat své komunikační dovednosti, abychom mohli lépe porozumět druhým a být lépe pochopeni sami.

**Komuni-
kace**

Slovo komunikace je latinského původu. V podstatě vyjadřuje něco, co je blízké našemu výrazu spojování. Proto je možné hovořit o silniční dopravě jako o komunikaci. Spojení může vyjadřovat nejen přemísťování lidí a materiálu, ale i zpráv a informací. Účinně komunikovat znamená udělat komunikaci zajímavou hlavně pro druhou stranu. Je třeba umět zaujmout, aby měl obsah slov efektivní dopad na druhou komunikující stranu. Sdělení člověka je vyjádřeno ze 7 % slovy, z 38 % vokálně a z 55 % řečí těla. (Kajzar, 2013, s. 13).

Df

DEFINICE VERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Verbální komunikace je forma komunikace, která probíhá prostřednictvím slov, mluveného jazyka nebo psaného textu. Tato forma komunikace zahrnuje používání slov a gramatických struktur k vyjádření myšlenek, názorů, informací a emocí.

Při interpretaci významu sdělované informace nám pomáhá podle Kowalíkové (2012, s. 18–22) propojení:

- **verbální komunikace** – je taková, při které používáme slova, hovoříme, píšeme. Komunikace prostřednictvím slov má zpravidla následující fáze:
 - poslouchání – aktivizace sluchu, vnímání okolí včetně šumů,
 - porozumění sdělovaným informacím – soustředění se na obsah komunikace,
 - naslouchání – vytvoření si názoru na předmět komunikace, formulace vlastní reakce,
 - zpětná vazba – rozvíjení rozhovoru souhlasnými nebo nesouhlasnými výroky,
- **neverbální komunikace** – představuje veškeré mimoslovní projevy, kterými doprovázíme mluvené slovo. Jsou-li u jedince tyto dvě složky v rozporu – např. chválí nás a přitom se mračí – je žádoucí vsadit na neverbální projev.

Df

DEFINICE NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Neverbální komunikace bývá také označována jako řeč těla, nonverbální anebo mimoslovní komunikace. Neverbální komunikace hraje klíčovou roli ve způsobu, jakým komunikujeme, a může nám poskytnout mnoho informací, aniž bychom museli vyslovit jediné slovo.

Mezi základní prvky řeči těla nejčastěji řadíme:

- **Mimiku (výraz tváře)** - Mimika obličeje zahrnuje výrazy, které vyjadřují naše emoce. Například úsměv signalizuje radost, zatímco naštvaný výraz na obličeji signalizuje hněv. Mimika může být velmi výmluvná a nápomocná při interpretaci emocí druhých lidí.
- **Gesta** - Gesty jsou pohyby rukou, paží a dalších částí těla, které mohou doprovázet nebo doplňovat verbální komunikaci. Například mávání rukou může znamenat pozdrav, zatímco pokrčení ramen může vyjádřit nerozhodnost nebo nejistotu.
- **Postoje těla (posturika)** - Postoj těla odráží naše postoje, pocity a úroveň sebevědomí. Například vzpřímený postoj může signalizovat sebejistotu, zatímco skloněná hlava a sklopená ramena mohou signalizovat smutek nebo frustraci.
- **Oční kontakt** - Oční kontakt je důležitým prvkem neverbální komunikace. Jeho intenzita a délka mohou signalizovat zájem, sebevědomí nebo nervozitu. Oči mohou také vyjadřovat emocionální stavy, jako je radost, smutek nebo vztek.
- **Tón hlasu** - Jak mluvíme, naše hlasové tóny mohou vyjádřit různé emoce. Například rychlý a hlasitý hlasový tón může signalizovat vztek, zatímco klidný a monotónní hlasový tón může naznačovat nudu nebo nezájem.
- **Oblečení a vzhled** - Naše oblečení, účes a celkový vzhled mohou také komunikovat informace o naší identitě, postavení a osobním vkusu.
- **Doteky (haptika)** - Fyzický dotek, jako jsou stisk ruky, objetí nebo pohlazení, může vyjádřit něžnost, podporu nebo blízkost.
- **Symboly** - Používání symbolů, jako jsou různé gesta, která mají specifický význam v dané kultuře, může také být součástí neverbální komunikace.

Celkový vzhled hraje významnou roli zejména při prvním kontaktu. To, jaký dojem uděláme na druhého člověka, často ovlivňuje budoucí vztah, který budeme mít s touto osobou. Do fyzického vzhledu zahrnujeme opět řadu atributů od oblečení, tvaru těla, účesu, ale i hygieny a dalších.

Osoby udržují **čtyři různé zóny**, a ty jsou uplatňovány při setkávání i komunikaci s ostatními osobami. Jak vnímáme prostor kolem sebe (Suchomel, 2007)¹⁵:

- **intimní zóna (asi 15-45 cm)** – pouštíme tam jen nejbližší – partnery, děti, členy rodiny,

¹⁵ SUCHOMEL, P., 2007. *Koho si to pouštíte k tělu?* [online] [vid. 17. 6. 2013]. Dostupné z https://finance.idnes.cz/koho-si-to-poustite-k-telu-dcc-/podnikani.aspx?c=A070821_805865_zamestnani_amr

Úvod do pravidel společenského styku

- **osobní zóna (asi 45-120 cm)** – komunikace s přáteli, rozhovor a jednání s blízkými kolegy,
- **společenská zóna (asi 120-360 cm)** – pracovní schůzky, rozhovor s nadřízeným, prodávčem v obchodě,
- **veřejná zóna (asi 360 cm a více)** – vystoupení na veřejnosti, letmé setkání s cizími lidmi.



K ZAPAMATOVÁNÍ

Kowaliková (2012, s. 23-24) rozlišuje:

- **Písemnou komunikaci** – písemná sdělení poskytují autorovi prostor na důkladné promyšlení formulací. Text lze pročitat opakovaně, vracet se k náročným pasážím; lze jej přepisovat, upravovat, rozmnožovat, archivovat, proto jsou písemná sdělení potvrzením proběhlých jednání, přesně zachycují smlouvy a dohody. Písemná sdělení jsou pracnější a působí formálně. Neumožňují průběžnou zpětnou vazbu. Tato forma komunikace není vhodná pro výměnu názorů a postojů.
- **Telefonickou komunikaci** – je vhodná pro konkrétní sdělení, vyjasnění základních informací, domluvení osobní schůzky. Předností je rychlý přenos informací na velké vzdálenosti a možnost průběžné zpětné vazby. K nedostatkům se řadí vysoké náklady spojené s telekomunikačními službami, bariéry technického charakteru, možnost chybné interpretace. Před začátkem hovoru se vždy představíme. Pokud se hovor přeruší, volá zpět volající.
- **Osobní komunikaci** – výhodou je možnost okamžité zpětné vazby včetně neverbálních projevů. Umožňuje dynamickou výměnu názorů a postojů, případné zapojení dalších osob. Představuje vhodný způsob k přesvědčování. Klade zvýšené nároky na verbální i neverbální dovednosti, znalost tématu a úpravu zevnějšku. Při osobním kontaktu se snáz přesvědčuje, ale obtížněji prosazuje, zvláště při větším množství komunikujících. Osobní komunikace neumožňuje záznam pronesených informací (s výjimkou porad, schůzí, kdy je pořizován zápis). Může se stát zdrojem konfliktů.
- **Elektronickou komunikaci** – komunikace prostřednictvím elektronických médií. Samozřejmostí je používání e-mailů, chatování, využívání sociálních sítí. Pravidla komunikace v rámci těchto médií upravuje tzv. netiketa, soubor zásad, jejichž dodržování je v prostředí internetu žádoucí. Domněle anonymní klima internetu svádí k porušování pravidel společenského chování. Internetoví uživatelé by si měli prokazovat respekt, nepoužívat vulgarismy, neobtěžovat ostatní nevyžádanou poštou. Předností je možnost rychlé zpětné vazby, relativní dostupnost. Výhodou i nedostatkem je téměř nepřetržitá dostupnost uživatele. E-maily a zprávy přicházejí bez ohledu na denní či noční hodinu, pracovní dobu či volný čas.

Při společenské konverzaci existují vhodná a nevhodná témata pro komunikaci. Vhodná témata pro komunikaci se liší v závislosti na situaci, osobě a kontextu konverzace. Nicméně, některá obecná témata, která obvykle fungují dobře při společenské komunikaci, zahrnují např.:

- **Příjemné zážitky:** Zeptejte se lidí, co nedávno zažili, co je těší nebo co je potěšilo. Může to zahrnovat výlety, koncerty, restaurace, filmy nebo jiné zážitky.
- **Hobby a zájmy:** Diskutujte o tom, co vás a vaše společníky zajímá mimo práci. Hobby, sport, umění, kulinářské dovednosti a jiné zájmy mohou být inspirujícími tematickými oblastmi.
- **Knížní a filmové tipy:** Zeptejte se na nedávno přečtené knihy nebo viděné filmy. Dávejte doporučení nebo sdílejte své vlastní oblíbené tituly.
- **Cestování:** Otevřená diskuse o cestování, dovolených nebo dojmech z různých míst může být velmi zajímavá a inspirující.
- **Jídlo a nápoje:** Společná láska k jídlu a nápojům může být skvělým tématem. Můžete se ptát na oblíbené restaurace, recepty nebo vaření obecně.

Naopak k nevhodným tématům společenské konverzace můžeme zařadit např.:

- **Politiku** - Politická diskuse může být velmi kontroverzní a emocionální. Názory na politiku se mohou velmi lišit, a tak mohou snadno vyvolat konflikty a nepříjemné situace. Mějte na paměti, že ne všichni mají stejný názor, a respektujte odlišné postoje.
- **Náboženství** - Diskuse o náboženství může být velmi citlivá. Víra je osobní záležitostí, a lidé mají různé náboženské přesvědčení. Je důležité toto téma respektovat a nepřinášet ho do konverzace, pokud není vhodné.
- **Obecně finance** - Ptání se lidí na jejich příjmy, finanční situaci nebo majetek může být považováno za nediskrétní a nevhodné.
- **Zdravotní problémy a nemoci** - Ptání se lidí o jejich zdraví nebo konkrétní zdravotní problémy může být vnímáno jako invazivní a nepříjemné. Pokud vám někdo sám sdělí své zdravotní problémy, buďte empatičtí a soucitní.
- **Rodinné problémy** - Otázky ohledně rodinných vztahů, rozvodů nebo osobních rodinných problémů mohou být velmi citlivé a intimní. Respektujte soukromí druhých.

Sedláček a Sedláček (2001) jmenují mezi nevhodná témata společenské konverzace:

- peníze,
- politiku,
- nemoci,
- osobní potíže,
- pomluvy,
- počasí,
- vtípy.



PŘÍPADOVÁ STUDIE

Hotel XYZ je luxusní resort umístěný na exotickém ostrově, který přitahuje turisty z celého světa. Hotel má vynikající pověst díky svým krásným plážím, kvalitnímu ubytování a špičkovým službám. Nicméně, nedávno začal čelit problémům spojeným s nevhodnou komunikací, která začala ovlivňovat zkušenosti hostů a pověst hotelu.

Problém:

Problémy s nevhodnou komunikací v hotelu XYZ začaly vznikat na několika různých místech:

Nejasné informace o cenách a poplatcích, kdy někteří hosté se stěžovali, že jim nebyly poskytnuty jasné informace o cenách za ubytování a další poplatky. Někteří z nich byli překvapeni dodatečnými poplatky, které nebyly uvedeny v ceníku. **Neslušný personál**, kdy několik hostů si stěžovalo na neslušné chování některých členů personálu. Například nevhodné poznámky nebo na nedostatečně profesionální komunikaci. **Problémy s rezervacemi a pokojovým servisem**, kdy někteří hosté měli potíže s rezervacemi a pokojovým servisem kvůli chybám v komunikaci mezi různými odděleními hotelu a v neposlední řadě také na **špatná komunikaci v krizové situaci**, kdy během jedné události, kdy došlo k výpadku elektrického proudu na ostrově, byli hosté špatně informováni o situaci a řešení problému.

Návrh řešení:

Hotel XYZ se rozhodl aktivně řešit problémy spojené s nevhodnou komunikací. Provedl následující kroky:

Zamyslete se nad případovou studií a navrhnete vedení hotelu XYZ, jak danou situaci řešit a jaká opatření přijmout, aby se už takové problémy nevyskytovaly.

PŘEDSTAVOVÁNÍ

Aby se mohli účastníci společenské akce společně bavit, musejí se znát nebo se poznat. Představování (se) patří mezi obtížné disciplíny v oblasti společenského styku, protože vyžaduje pohotovost a jistý šarm (Špaček, 2008). Představování lidí ve společnosti je proces, při kterém jedna osoba představí druhou osobu nebo skupinu lidí ostatním. Tento proces slouží k vytváření spojení mezi lidmi, umožňuje navázání nových kontaktů a usnadňuje komunikaci. Představování se řídí určitými pravidly a etiketou, které zajišťují respekt a zdvořilost ve společenských situacích. Často řešíme rébus, kdo komu podává ruku, setkali se žena s klientem. Dle Špačka (2019) Klient je společensky významnější než dodavatel

služby, proto by podání ruky mělo být na něm. Ovšem každý slušně vychovaný muž nenabídne ruku ženě, a proto i v tomto případě by iniciativa k pozdravu byla na straně ženy.

K ZAPAMATOVÁNÍ PŘEDSTAVOVÁNÍ



Představo-
vání

Představením se zbavujeme anonymity a zpřijemňujeme tak další společenský styk. Kowaliková (2012, s. 13 - 15) rozlišuje:

- **představení přímé** - představujeme sami sebe,
- **nepřímé představení** - představování je prostředkováno třetí osobou. V minulosti bylo nepřipustné, aby se dvě osoby, zvláště jednalo-li se o muže a ženu, představili sobě navzájem. Ve společenských situacích, kdy jsme zodpovědní za jiné osoby, vystupujeme v ručitelské roli, jsme povinni tyto osoby představit. Jedná se o následující okolnosti:
 - hostitel je povinen představit své hosty,
 - nadřízený představuje své podřízené,
 - muž představuje svou manželku, partnerku,
 - rodiče představují své děti.

Smejkal (2002, s. 52) prezentuje situace, kdy je vhodné použít **přímé představování**:

- když jdeme s někým po ulici, ve foyeru divadla, na výstavě apod. a potkáme známou osobu, s níž chceme déle pohovořit,
- při příchodu do místnosti, kde máme jednání, nebo mezi lidmi, s nimiž se budeme častěji setkávat,
- když někoho, koho jsme neznali, jdeme navštívit soukromě, do bytu,
- máme-li pohovořit k jiným lidem (jako přednášející, s diskusním příspěvkem apod.),
- setkáme-li se s přáteli, pozveme si hosty, kteří se všichni mezi sebou neznají,
- trávíme-li dovolenou, lázeňské léčení, kongres atp., kde se setkáváme se spolubydlíci nebo spolustolovníky,
- nezbytné je představit se do telefonu a při jakémkoli jednání, zejména obchodním nebo úředním.

Kdo se představuje jako první? Jestliže se spolu setkají dva lidé, společensky významnější nesmí zůstat ani na okamžik na pochybách, s kým to vlastně hovoří. Společensky méně významná osoba se představuje společensky významnější osobě. Jeho společensky méně významná protějšek musí strpět, že nejprve je představen on a teprve pak se dozví, komu se vlastně představil či byl představen.

Správný postup je tedy tento: Muž se představí ženě jako první a nato se představí žena muži nebo nejdříve představí hostitel muže ženě a potom ženu muži. Součástí představování je ovšem i vzájemné potřesení rukou a tady pozor: jestliže se jako první představuje méně významná osoba (muž), ruku podává nejdříve společensky významnější osoba (žena). Představujeme se vždy vestoje, muži si zapnou sako. Ženy sice mohou sedět, když se jim představuje muž, ale představování je silnější akt než pouhé podání ruky, u kterého žena běžně zůstává sedět. Když představuje osobu s akademickým titulem někdo třetí, připojí titul, představuje-li se osoba sama, řeší to raději předáním vizitky, na níž je titul uveden (Špaček, 2008).

Obecná
společenská
pravidla

Obvykle záleží na situaci a společenském kontextu, kdo se představí jako první ve společnosti. Zde jsou některá obecná společenská pravidla:

- **Hostitel:** Pokud jste hostem na nějakém akci nebo události, měl by hostitel nebo hostitelka obvykle začít představováním. Hostitel by měl představit své hosty a říct něco o nich, aby se zahájila konverzace.
- **Doprovázející osoba:** Pokud jdete na akci nebo setkání s někým, kdo již má známosti v daném prostředí, může být přirozené, aby vás tato osoba představila. Například, pokud jdete na večírek s přítelem, může vás představit svým známým.
- **Přítomný host nebo nejvýznamnější osoba:** Pokud se nacházíte v situaci, kde neexistuje jasný hostitel nebo doprovázející osoba, může být vhodné, aby se představil nejvýznamnější účastník akce nebo osoba s nejvyšším sociálním postavením.



ZÁKLADNÍ PRAVIDLO PŘI PŘEDSTAVOVÁNÍ

Nezapomeňte, že ve společenském styku platí základní pravidlo a to je: že osoba společensky mladší představuje nebo je představována osobě společensky starší.

Dále také platí, že představujeme muže ženě. Představuje se muž ženě. Představujeme mladšího staršímu. Představuje se mladší staršímu. Představujeme služebně níže postaveného služebně výše postavenému.

Při představování musíme říct vše, co je nutné pro další společenský kontakt osob, které jsme představili, tedy funkce, označení, hodnost a podobně. Mistrů konverzace přidají i stručnou charakteristiku. Raději by měla vstát, zvláště, kdyby se jí představoval starší muž, a vždy, když se seznamuje se ženou. Kdy se představuje žena jako první? Muž musí být výrazně starší a zasloužilý a žena výrazně mladší, aby se představila jako první. Jestliže se potkají dva páry, kde se znají pouze muži, ti se pozdraví a představí si své partnerky. Kdo začne? Pánové se pozdraví, mladší představuje svou partnerku, starší dáma jí podává ruku, starší dáma podává ruku i mladšímu muži a mladší žena podává ruku staršímu muži (Mathé a Špaček, 2005).

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



Uveďte konkrétní příklady přímého představování v těchto situacích:

- průvodce a skupina turistů,
- recepční ve vybraném ubytovacím zařízení,
- ve vybraných dopravních prostředcích,
- v jiných vybraných zařízeních cestovního ruchu.

VIZITKY A TITULY

Navštívenky, vizitky se v dnešní digitální době používají o něco méně než v letech minulých, ale i tak hrají pořád důležitou roli v různých situacích i v různých zemích při představování. Vizitky a navštívenky jsou malé karty nebo listy, které obsahují informace o osobě nebo firmě a slouží k usnadnění komunikace, vytváření obchodních kontaktů a udržování profesionálního vzhledu. Vizitky by měly být dvojjazyčné, druhá strana v jazyce partnera. V některých zemích se vizitky podávají vždy pravou rukou (Jihovýchodní Asie, Afrika, Střední Východ), v Japonsku oběma rukama potištenou stranou vzhůru, písmeny k partnerovi. Ve velké Británii se používají vizitky ryté na kvalitním kartónu. Vizitku, kterou obdržíme, si prohlédneme. Je nezdvořilé ji uschovat, aniž bychom si ji přečetli. (Kowalíková, 2012). Společensky méně významná osoba předává dle Špačka (2019) vizitku jako první, ta významnější jako druhá. Grafické ztvárnění vizitky hodně prozradí o majiteli vizitky, atypický formát vizitky obrázky a barvy svědčí o snaze zaujmout vizitkou. Jednoduché vizitky prozrazují dobrý vkus a sebevědomí.

Vizitky a navštívenky

U vizitek rozlišujeme několik druhů podle jejich zamyšleného použití (Brodský, 2017). Základní dělení je osobní a profesní. Pracovní vizitky lze dále dělit na osobní a konferenční (nebo obecné).

Vizitky v osobním styku obvykle nepoužíváme, ale při služebních jednáních je tato forma představení se dokonce společensky nejsprávnější. Vizitku odevzdáme sekretářce, ta nás ohlásí a oznámí nám, zda či kdy můžeme být přijati. Při obchodních jednáních se společensky rovnocennými partnery je naopak vhodné odevzdat vizitku až po představení nebo i v průběhu vlastního jednání. Platí pravidlo: čím vyšší je funkce v hierarchii řadu či firmy, tím méně údajů vizitka obsahuje. Pokud nechceme poskytovat telefonní číslo každé osobě, musíme si obstarat dvoje vizitky.



ÚKOL K ZAMYŠLENÍ

Uveďte příklady z praxe, při jakých příležitostech jste se setkali s předáním vizitky. Svě odpovědi porovnejte s ostatními studenty ve skupině.

Užívání akademických titulů

V procesu oslovování osob se setkáváme s používáním akademických titulů a hodností. Slovo titul lze přeložit jako hodnost. Akademické tituly mají právo přiznávat jenom vysoké školy. Oficiální zkratky akademických a vědeckých titulů mají zákonem danou závaznou podobu, kterou je nutné dodržovat. Tituly používáme především v obchodní a úřední korespondenci. Osobu oslovujeme při ústní komunikaci titulem. V bakalářských studijních programech se uděluje akademický titul bakalář (zkratka Bc. před jménem), v oblasti umění akademický titul bakalář umění (BcA. před jménem). V magisterských studijních programech se uděluje akademický titul uváděný před jménem: inženýr (Ing.), inženýr architekt (Ing. arch.), doktor medicíny (MUDr.), zubní lékař (MDDr.), doktor veterinární medicíny (MVDr.), magistr umění (MgA.) a magistr (Mgr.). Dále se také můžeme setkat se zkratkou před jménem (JUDr.) doktor (*obojího*) práv/a (juris utriusque doctor), (PhDr.) doktor filozofie, (RNDr.) doktor přírodních věd, (PharmDr.) doktor farmacie.

Vyšší odborné vzdělávání se ukončuje absolutoriem a uděluje se titul pro všechny obory stejný (diplomovaný specialista – ve zkratce DiS.), uváděný za jménem.

V doktorských studijních programech se udělují tituly uváděné za jménem: doktor (Ph.D.) a doktor teologie (Th.D.), ale u titulu (PaedDr.) doktor pedagogiky a (PhMr.) magistr farmacie se uvádí titul před jménem.

Dříve používané vědecké hodnosti kandidát věd (CSc.) a doktor věd (DrSc.) se již neudělují, ale jsou platné. Vědecko-pedagogické tituly akademických pracovníků na vysokých školách jako je docent (doc.) a profesor (prof.) píšeme s malým počátečním písmenem před jménem. Čestným titulem je doctor honoris causa, Dr.h.c., který se uděluje významným osobnostem za přínos a zásluhy o rozvoj příslušného oboru. Osobu, která získala více akademických titulů, oslovujeme pouze titulem nejvyšším.

K nejčastěji užívaným anglosaským titulům v našich poměrech patří:

- **BBC Bachelor of Business Administration** - absolvent vysoké školy ekonomického zaměření,
- **DBA Doctor of Business Administration** - doktorská úroveň, mezinárodně uznávaný doktorský titul v oblasti podnikání a management,
- **MBA Master of Business Administration** - absolvent univerzity zaměřené především na management, ale i jiné obory, jako např. logistiku a finance,

- **LL.M. Master of Laws** - absolvent právnické fakulty.

Při ústní nebo písemné komunikaci vždy přidáváme před samotný titul oslovení „pan“ nebo „paní“.

Při oslovování osob máme možnost si zvolit vykání nebo tykání. Vykání řadíme mezi formální způsob oslovení a považujeme jej za výraz vážnosti a úcty. Tykání znamená důvěru a přátelství. Pokud osobě vykáme, můžeme s ní mít bližší vztah než s osobou, které tykáme. Anglicky mluvící země mají v tomto ohledu výhodu. Pro tykání platí stejná pravidla jako pro podávání ruky, tedy tykání nabízí společensky významnější osoba osobě společensky méně významné.

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



Uveďte příklady používání akademických titulů na naší univerzitě.

OTÁZKY



1. Je vhodné zvednout mobilní telefon a provádět hovory během slavnostního oběda?
 2. Je vhodné hlasitě žvýkat žvýkačku během setkání se skupinou lidí?
 3. Měli by lidé ve společenském prostředí projevovat úctu a respekt k lidem bez ohledu na jejich sociální status nebo majetek?
 4. Vizitky v osobním styku obvykle používáme?
 5. Společenská etiketa, nazývaná také společenský protokol, je soubor pravidel a norem, které určují vhodné chování a interakce mezi lidmi v různých společenských situacích?
-

ODPOVĚDI



1. ne, 2. ne, 3. ano, 4. ne, 5. ano,
-

SHRNUTÍ KAPITOLY



Etiketa je souhrn pravidel a zvyklostí pro chování ve společnosti. Jedná se o soubor pravidel pro společenské chování a mezilidské interakce, které nejsou pevně stanoveny zákony. Tyto zvyklosti se vyvíjely během řady generací a mohou se lišit podle regionů, kultur, náboženství, klimatických podmínek a dalších faktorů. Existuje několik univerzálních

zásad pro společenské chování. Slovo "etiketa" pochází z francouzského slova "estiguer," což znamená "přípevnit" nebo "vyvěsit." Mezi významné osobnosti etikety v České republice patří např. Jiří Stanislav Guth-Jarkovský, Dobromil Ječný, Ladislav Špaček, Eliška Hašková-Coolidge, Eva Filipová. Etiketa hraje klíčovou roli při udržování dobrých mezilidských vztahů a vytváření příjemného prostředí ve společnosti. Základním principem etikety je respektovat pravidla společenské významnosti. Při hodnocení úrovně této významnosti se řídíme pěti kritérii, a to věkem, pohlavím, funkcí v rámci společnosti, pověstí a zdravotním stavem jedince. Základním projevem zdvořilosti a respektu vůči ostatním je pozdrav, který můžeme rozdělit do dvou základních forem: verbálního a neverbálního. Při komunikaci se používají dvě hlavní formy – verbální komunikace, tedy komunikace prostřednictvím slov, a neverbální komunikace, která zahrnuje mimiku, gesta, doteky, vzdálenost mezi lidmi, pohyby a držení těla apod. Dále rozlišujeme písemnou, telefonickou, osobní a elektronickou komunikaci.

Při vstupu do společenského styku a za účelem zlepšení mezilidských vztahů platí jednoduché pravidlo: osoba, která je společensky mladší nebo nižšího postavení, představuje nebo je představována osobě, která je společensky starší nebo vyššího postavení. Představování může probíhat dvěma způsoby - přímým, kdy se osoba představuje sama, nebo nepřímým, kdy někdo třetí zprostředkovává představení. Součástí procesu představování mohou být také vizitky a navštívenky, které usnadňují výměnu kontaktů a informací. Při oslovení druhých osob můžeme narazit na používání akademických titulů a hodností. Je třeba poznamenat, že akademické tituly mohou být udělovány pouze vysokými školami v souladu se zákonem o vysokých školách.

2. SPOLEČENSKÉ OBLEČENÍ

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V průběhu studia kapitoly se studenti seznámí se základními informacemi zaměřenými na oblékání. Uvedeny budou pojmy jako Dress Code, pracovní a společenský Dress Code, Casual Dress, Business Dress, Cocktail a dalšími vztahujícími se k pojmenování jednotlivých druhů oblečení. Podrobněji bude charakterizováno pánské oblečení a dámské oblečení. Nezapomeneme ani na některé prohřešky v oblékání.

CÍLE KAPITOLY



Konkrétní výčet schopností, dovedností, kompetencí, které by měl student po prostudování kapitoly ovládat nebo dosáhnout:

- definovat pojmy: Dress Code, Casual Dress, Business Dress, Little Black Dress, Black Tie, White Tie, Creative Black Tie, Cocktail, apod.,
- charakterizovat pracovní oblečení, vycházkové oblečení, společenské oblečení a oblečení pro volný čas,
- specifikovat dámské oblečení a pánské oblečení,
- vyjmenovat příklady prohřešků v oblékání žen a prohřešků v oblékání mužů.

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Oblékání, pracovní oblečení, vycházkové oblečení, společenské oblečení, oblečení pro volný čas, dámské oblékání, pánské oblékání, Dress Code, Casual Dress, Casual Friday, Business Dress, Little Black Dress, Black Tie, White Tie, Creative Black Tie, Cocktail.

2.1 Oblečení

Oblečení je vizitkou člověka, součástí prvního dojmu, a proto je vhodné mu věnovat pozornost nejen ve společnosti, ale i v soukromí. Oblečení nás dle Smejkal a Schelové Brachrachové (2011) zařazuje do určité společenské skupiny, přiděluje nám určitý status, a jednak toho hodně vypovídá o nás. Oděv je předepsán jen pro určité příležitosti, jinak

záleží na vkusu a rozhodnutí. Podle Němčanského (2011) je významné nejen v životě pracovníka zahraniční služby i správné a vhodné oblékání. To platí i v normálním služebním styku. Naproti tomu není Vaším úkolem ve společnosti, abyste udávali tón módy a ve svém oblečení se řídili přehnaně módními výtvoři. Není také vhodné se oblékat staromódně - je nutno mít na zřeteli současnou módní linii, avšak bez nápadných, křiklavých prvků.



DEFINICE OBLEČENÍ

Oblečení je vizitkou každého člověka ve styku s jinými, odpovídá jeho osobnímu vkusu, účelu, místu a době setkání. Je to v podstatě ta část společenského styku, na kterou je možné se připravit ještě před je uskutečněním, tj. před jednáním nebo společenským podnikem. I přes ležérnost, kterou prosadila v oblékání současná móda, platí stále především v pracovním styku určitá pravidla (Gullová, 2013, s. 29).

Oblečení dle Špačka (2019) volíme podle příležitosti: slavnostní oblečení pro společenské příležitosti (formal dress, black tie), pro denní nošení do práce (business dress) a pro neformální příležitosti a volný čas (casual dress). Etiketa není určena k tomu, aby nás omezovala ale aby nám život usnadňovala činila náš pohyb ve společnosti přirozeným a pohodlným. Budeme-li dobře oblečení ... budeme se cítit lépe ...

*Správné
oblečení*

Správné oblečení vymezuje Wolffová (s. 22): Orientujte se při výběru svého oděvu dle očekávání zákazníků a zvyklostí ve své profesi. A jestliže ve vaší firmě víte o doporučeních ohledně oblečení nebo přátelsky vyslovených požadavcích, jsou to přesně vzato příkazy. I tehdy jestliže se skrývají za vlídnými formulacemi.

Jdete-li na jakoukoliv společenskou akci nebo podnik, musíte předem vědět, jaká je její společenská úroveň, protože teprve podle toho zvolíte oblečení (Brodský, 2017). A protože na jakoukoliv společenskou akci musíte přijít na základě pozvánky, tak právě pozvánka je to místo, kde Vás etiketa svojí laskavostí vede.



K ZAPAMATOVÁNÍ ZÁSADY OBLÉKÁNÍ

Jakékoliv vybočení z normy v rámci oblékání je chyba, ať už jsme overdressed (oblečení ve vyšší společenské rovině) nebo underdressed (oblečení v nižší rovině, než předepsal hostitel).

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



Uveďte příklady oblečení overdressed a underdressed. Odpovědi porovnejte s ostatními studenty ve skupině.

Jaké jsou zásady oblékání? Naš oblek má být za každé situace slušivý, elegantní, čistý, bezpečný a vhodný pro určitou příležitost (Smejkal a Schelová Brachrachová, 2011, s. 128). Zásadně by naše oblékání mělo být:

- vhodné pro danou příležitost,
- vhodné vzhledem k naší osobě (postavě),
- vhodné ke klimatickým podmínkám,
- vhodné pro dané prostředí a činnost, kterou v něm budeme vykonávat,
- čisté, upravené, elegantní, mělo by mít „šmrnc“.

Oblečení
do zaměst-
nání

Oblečení do zaměstnání volíme značné míry podle profese. V mnohých profesích používáme pracovní oděv nebo uniformu (lékaři, policisté, hasiči, letušky apod.). Charakter odívání podle Kowalikové (2012) v ostatních profesích se proměňuje od konzervativních odvětví jako je bankovníctví nebo právo přes pojišťovnictví, prodej, vzdělávání až po uvolněnější styl kreativních odvětví jako je reklama, umění, zábava atd. V žádné profesi není vhodné oblečení, u kterého je vidět skrz, přes nebo pod. Dále jsou nepřijatelné oděvy viditelně obnošené, příliš vyzývavé, těsné, krátké nebo jinak extrémní. Případně není oblečení určené pro společenské události, na sport či volný čas. Oblečení podle Špačka (2010) vybíráme podle příležitosti:

- slavnostní oblečení pro společenské příležitosti (formal dress, black tie),
- pro denní nošení do práce (business dress) a pro neformální příležitosti a volný čas (casual dress).

Některé druhy oděvů mají podle Smejkala a Schelové Brachrachové (2011, s. 128) kulturní charakter (jsou to vlastně jakési uniformy): tedy nejen stejnokroj vojáka či policisty, ale i sutana kněze, talár soudce nebo akademického funkcionáře, dres sportovce ... ale pozor, tento kulturní charakter má i naše oblečení do zaměstnání.

K ZAPAMATOVÁNÍ DRUHY OBLEČENÍ



Oblečení je možné obecně rozdělit na (Gullová, 2011):

- pracovní,
- vycházkové,
- společenské,

- a oblečení pro volný čas (domácí, sportovní).

Snad každý zná slova písně, že „...**je to pravda odvěká, šaty dělají člověka**“. Pro společenský život to platí dvojnásob. Němci mají přísloví (Špaček, 2010): „Když přicházíš, všichni tě posuzují podle toho, jak vypadáš, když vcházíš, všichni tě posuzují podle toho, jak ses choval.“ Náš oděv vytváří onen pověstný první dojem, který mnohdy rozhoduje o úspěchu či neúspěchu naší návštěvy. Nikdy nemáme druhou šanci udělat první dojem. První dojem je vytvářen gesty, hlasem, výrazem očí, ale také oblečením. Oděv prozradí vkus, sociální roli, společenskou úroveň. Oblečení má tu vlastnost, že nás přesně definuje v různých prostředích a dokáže demonstrovat náš vkus a smysl pro žánr situace, ve které jsme se ocitli.

S oblékáním a oblečením souvisí vkus. Vkus znamená gusto, chuť a v přeneseném slova smyslu je to smysl pro krásno, schopnost rozlišit a ocenit estetické hodnoty, ale znamená rovněž potřebu zlepšovat sebe i okolí. Vkus také souvisí s tolerancí, lpěním na stereotypech odsuzujícími výroky na adresu jiných. Co to ten vkus vlastně je¹⁶? Dle módní redaktorky a stylistky Lenky Poláčkové: „Řečí definic se jedná o schopnost posoudit krásu, harmonii, dokonalost a taky módnost. Víte, co vám sluší, a inspirujete se trendy. Dokážete převzít takové, které se hodí pro vás, a zbylé s klidným srdcem ignorujete. Když tohle zvládnete, jste na dobré cestě, ale pořád to nemusí stačit. Aby se o někom dalo říct, že má vytříbený vkus, musí dávat do oblékání něco svého, originálního. Být inspirací pro ostatní. A takových lidí je málo. Jsou lidé, kteří sledují trendy a umí stylově napodobit módní ikony – říká se jim followeři. Dříve se inspirovali módními časopisy, dnes se nechají ovlivnit především internetem. Dá se o nich říct, že jistý vkus mají, protože vědí, koho následovat, a umí jeho styl převzít tak, že jim to sluší. Nicméně pouze kopírují trend. Se schopností nechat ve světě módy vlastní otisk a být inspirací pro ostatní se člověk většinou narodí.“

Módní trendy určují lidé na ulici. A každý člověk se má oblékat podle toho, v čem se cítí dobře. Myslí si to uznávaný kubánský módní návrhář žijící v Česku Osmany Laffita. Češi mají vkus. Při oblékání ale dělají jednu zásadní chybu. Za problém však považuje nedodržování předepsaných kodexů oblékání (dress code). Chybí mi tu respektování etiket. Lidé nosí nevhodné oblečení do divadel, na plesy i jiné společenské události. Stále spoustu lidí to nerespektuje a největší vinu na tom mají pořadatelé akcí. Já to dělám tak, že když není někdo adekvátně oblečený, není vpuštěný, dodal.¹⁷

Pokud se chceme zúčastnit společenské akce, musíme znát její úroveň, neboť podle toho volíme oblečení (slavnostní). Hostitel zpravidla v pozvánce uvede tak zvaný dress code,

¹⁶ SYSLOVÁ, J., 20017. *Vkus není jen o trendech. Má blízko k umění a dá se rozvíjet.* [online] [vid. 10.2.2024]. Dostupné z https://www.idnes.cz/onadnes/moda/kde-se-bere-vkus-trendy-michaela-noskova-anna-geislerova.A171025_143054_modni-trendy_kace

¹⁷ TN.cz, 2022. Osmany Laffita: *Češi mají vkus. Při oblékání ale dělají jednu zásadní chybu.* [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z https://tn.nova.cz/zpravodajstvi/clanek/474358-osmany-laffita-cesi-maji-vkus-pri-oblekani-ale-delaji-jednu-zasadni-chybu?campaignsrc=tn_clipboard

tedy návod, jak se obléci. Obvykle se uvádí jen pro muže a žena se mu přizpůsobuje, aby společně vytvořili souladný pár. Například na pozvánce na galavečer konference AHR ČR bal uveden dress code jak pro muže, tak pro ženy. Volba jiného, než předepsaného oblečení je považována za odchýlení se od normy. Jedná se: „overdressed“ - oblečení ve vyšší společenské rovině, naopak „underdressed“ - oblečení v nižší rovině, než předepsal hostitel.

DEFINICE DRESS CODU



Dress code (formální oblečení) je obecně uznávaným vzorem a souborem pravidel v oblékání. Jedná se o určité normy, které určují, jaké oděvy mohou být nošeny v zaměstnání, na úřadě, při obchodním jednání či společenské události.¹⁸

Dress code je pravidlo, upravující způsob oblékání a obouvání k určité příležitosti. Rozhodně to ale není žádný přezitek, i když si to někteří lidé myslí. Nevhodným oblečením můžete urazit nejenom ostatní hosty, ale především hostitele.¹⁹

Z dress codů (instrukcí, jak se na konkrétní událost obléknout) má většina lidí strach, ale zbytečně. Naopak je super, že víte, v čem máte vyrazit, a nemusíte obvolávat všechny známé, kteří jdou, a vyptávat se jich, v čem půjdou. Navíc není nic trapnějšího, než když někam nakráčíte a zjistíte, že jste nedostatečně vyfuknutá (viz výše underdressed) nebo naopak, že jste to s tou večerní róbou přehnala.

Dress
code

Málokteré módní téma vyvolává takovou polaritu názorů jako právě **dress code**. Soubor pravidel striktně určujících, jaké oblečení je přípustné a jaké ne, má své zastánce i odpůrce. Jedni jej považují za společenskou normu a vyjádření úcty, podle druhých je dress code přežitkem potlačujícím osobní svobodu. Dress code lze v zásadě rozdělit do dvou sfér, na²⁰:

- **Pracovní dress code** určuje zaměstnavatel, jenž má právo na stanovení požadavků k výkonu práce, které mohou směrnice o konkrétním způsobu oblékání zaměstnanců obsahovat a jejichž nedodržení může být důvodem k výpovědi. Společnosti vyžadující přesně daný styl oblékání pak mají svůj vlastní psaný kodex definující oděv, střih, barvy i materiál požadovaného oděvu, který je zaměstnanec povinen respektovat.

¹⁸ CHOVANÍ.EU, 2018. *Formální oblečení – Dress Code*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/formalni-obleceni-dress-code/c799>

¹⁹ POREBSKÁ, H., 2018. *Dress code. Víte, co na sebe?* 21.1.2018 [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z Moravskoslezský deník https://moravskoslezsky.denik.cz/zpravy_region/dress-code-vite-co-na-sebe-20180121.html

²⁰ HARTMANOVÁ, J., 2017. *Dress code: nutnost nebo přezitek?* [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://forum24.cz/lifestyle/2017/01/11/dress-code-nutnost-nebo-prezitek/#1>

- Se **společenským dress codem** je to ovšem složitější. Je chápán jako soubor doporučení, jak se vhodně obléct pro určitou společenskou příležitost a jeho respektování je individuální záležitostí. Jedná se o otázku kultury, kultivovanosti a etikety.

Pracovní oblečení se dnes často podle Gullové (2013) rozděluje také na:

- casual dress (nebo business informal) a
- business dress – oblečení volené pro styk se zákazníkem.

Termíny business formal a business casual²¹ na pozvánce asi běžně nevidíte. I tak se ovšem vyplatí je znát, patří totiž do sféry firemního odívání. Zaměstnankyně, primárně ty, které jednají s lidmi, by se před nástupem do nové práce měly vybavit dobře padnoucími, a tedy i pohodlnými kalhotovými kostýmkami, pouzdrovými sukněmi ke kolenům, formálními halenkami s dlouhým rukávem, propínacími svetříky a blejzry. Dnes již neplatí, že by se ženy nutně musely trápit celý den v lodičkách, přípustné jsou tedy i oxfordky nebo mokasíny. Pánové mohou obléknout klasické kalhoty, tzv. chinos, a neformální, sportovní sako. Na výběr pak mají klasickou košili s dlouhým rukávem a polo tričko. Kravaty a motýlky mohou s klidným srdcem nechat doma. Nepísané pravidlo říká, že barva pásku by měla ladit s botami – buďto formálními či mokasínami, a ponožky zase s kalhotami.

Pokud jste pozváni na konferenci, firemní oběd či důležitou obchodní schůzku, dejte přednost dress codu business formal, který se liší spíše jen délkami oděvů – třeba sukní pod kolena. Také barvy by měly být tlumenější, a tedy i důstojnější. Vedle nešlápnete s šedou, hnědou, bílou, černou, olivovou či bordó.

Perfektní oblečení je podle Špačka (2010) se **sladěnými doplňky** je jen předpoklad k tomu, abychom ve společnosti zaujali. Pokud se v dokonalém kostýmu nebo v drahém večerním obleku neskrývá osobnost, je veškerá naše námaha marná. Poznává se to už při vstupu do sálu, při představování, pohledu, úsměvu, při konverzaci. Společnost rychle pozná, kdo je sterilní kráska z reklamy a kdo je osobnost, se kterou je užitečné trávit čas.

Jak je již známo, oblečení vždy volíme podle příležitosti a můžeme je rozlišit na:

- slavnostní oblečení pro společenské příležitosti – formal dress, black tie,
- oblečení pro denní nošení do práce – označované business dress,
- oblečení pro neformální příležitost a volný čas – označované casual dress.

Obchodní dům KOTVA mezi **základní typy dress codu** uvádí 5 následujících²²:

1. Black tie - Black tie znamená v překladu černá vázanka, aplikováno na dress code – smoking. Košili do smokingu nosíme bílou s manžetami, jako doplněk manžetové

²¹ <https://www.idnes.cz/onadnes/moda/dress>

²² OD KOTVA, 2018. Základní typy dress codu. online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <https://www.odkotva.cz/cs/clanek/rady-a-tipy-oblek-na-miru>

knoflíčky a černý motýlek. Smoking může být doplněn o vestu, popřípadě šerpu kolem pasu. Boty nosíme společenské, černé, lesklé. Kapesníček do saka skládáme konzervativním způsobem.

2. Semi formal - akce vyžaduje formální oblečení. Pro tuto příležitost se ideálně hodí obleky v modré, šedé nebo jiné neutrální barvě. Doplnit byste je měli o kravatu. S barvami je vhodné se řídit hodinou, ve které akce začíná – pokud je její start do 18.00, nemusí pánové volit nutně tmavý oblek. Startuje-li akce večer, jsou vhodnější tmavé barvy.
3. Business casual - pro schůzky a příležitosti business casual se ideálně hodí uvolněnější móda, přísná obchodní není třeba. Můžete volit také světlejší barvy obleku, opět s přihlédnutím k denní době. Úplně špatnou volbou nejsou ani poloformální chino kalhoty se sportovním sakem nebo blejzrem.
4. Casual - objeví-li se na pozvánce casual neboli ležérní dress code, mějte na paměti především vlastní pohodlí. Opět můžete zvolit variantu chinos se sportovním sakem, přijatelné jsou ovšem už i například džíny. Vždy ale dbejte na úpravu zevnějšku, jak oblečení, tak například vlasů, nehtů nebo vousů.
5. Smart casual - základem by mělo být sportovní sako nebo blejzr, dále pak můžete kombinovat podle vlastního stylu, vkusu a odvahy. Klidně doplňte outfit kapesníčkem, vázankou nebo rozhalenkou, jakkoliv vám to vyhovuje.

Oblé-
kání v
za-
měst-
nání

Zaměstnavatel je oprávněn vyžadovat, aby zaměstnanci dodržovali jím určený způsob oblékání nebo vzhledu pro výkon sjednané práce. Může požadovat předepsané firemní oblečení, tzv. firemní dress code, což musí nejprve stanovit a zaměstnance s tím seznámit. Povinnost nosit dress code vyplývá ze zákona 262/ 2006, S., Zákoník práce, ve znění pozdějších předpisů²³, (HLAVA II Základní povinnosti zaměstnanců a vedoucích zaměstnanců vyplývající z pracovního poměru nebo dohod o pracích konaných mimo pracovní poměr, jiné povinnosti zaměstnanců, zvláštní povinnosti některých zaměstnanců a výkon jiné výdělečné činnosti, § 301 zaměstnanci jsou povinni dodržovat (c) právní předpisy vztahující se k práci jimi vykonávané a dodržovat ostatní předpisy vztahující se k práci jimi vykonávané, pokud s nimi byli řádně seznámeni. Zaměstnavatel při vymezení dress code musí vycházet také ze zákona č. 89/2012 Sb., Občanský zákoník, § 3 odst. 1 výkon práv a povinností vyplývajících z občanskoprávních vztahů nesmí bez právního důvodu zasahovat do práv a oprávněných zájmů jiných a nesmí být v rozporu s dobrými mravy.

PRAVIDLA ODÍVÁNÍ NA AKADEMICKÉ PŮDĚ

Ve školách a na akademické půdě platí dle Smejkal a Schelové Bachrachové (2011) stejná základní doporučená pravidla odívání, jimiž jsou čistota, střídmost, vhodnost a styl. Žák nebo žákyně, resp. student nebo studentka, během školního působení prochází nejdůležitějšími vývojovými fází, které určují osobnost každého. V mateřských školkách a na prvním stupni základních škol lze vyzorovat, že děti velmi často napodobují a chtějí

²³ PODNIKATEL.CZ, 2018. *Předpis č. 262/2006 Sb. Zákoník práce*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <https://www.podnikatel.cz/zakony/zakon-c-262-2006-sb-zakonik-prace/uplne/#p301>

přesně to, co má někdo jiný. Ve školkách a mezi nejmladšími žáky základní školy nacházíme v odívání rozmanitost, pestrost a různost barev. Objevují se zde velmi často potisky fiktivních animovaných postav. Na základní škole, a především na střední škole, kdy jedinec prochází pubertou a dospíváním se jeho osobnost nejvíce promítá právě do jeho zevnějšku, tedy převážně do stylu a volby oblékání.

DRESS CODE A FIRMY

Dress code se liší podle odvětví, podle jednotlivých profesí, ale i podle firem. Machálková (2013)²⁴ uvádí, jaké jsou pravidla oblékání v:

- Bankách a finančních službách - tady bývají pravidla pro oblékání nejpřísnější. Muži musí nosit oblek a kravatu, ženy kalhotové nebo sukňové kostýmky a uzavřené boty na nižším podpatku. Samozřejmostí jsou punčochy, a to i v létě. Nevhodné jsou výrazné šperky, líčení nebo silný parfém.
- reklamní agentury, média - uvolněné kreativní prostředí agentur přímo vybízí k tomu se v oblečení trochu vyřádit: barvy, zajímavé střihy, netradiční kombinace. Výjimkou nejsou asymetrické účesy nebo výrazné šperky. Muži nosí třeba košile s ohrnutými rukávy. Volná oděvní pravidla panují i v médiích: džíny, tenisky, trička, košile, běžné denní sukně a šaty.
- IT - o oblékání „ajtáků“ koluje spousta vtipů. Ovšem stejně jako je široká celá tato profesní oblast, lze narazit i na různě oblečené IT odborníky. Ti na vedoucích pozicích, kteří se scházejí se zákazníky, volí oblek nebo formálnější oděv.

Df

DEFINICE LITTLE BLACK DRESS

Little Black Dress (LBD) - jsou večerní nebo koktejlové šaty. Střih je krátký. Tyto šaty jsou univerzální, cenově dostupné a barvu mají neutrální (většinou černou). Měli by být součástí šatníku každé ženy. Též je možné se setkat s pojmem "glamour". Znamená to, že žena má být okouzlující.²⁵

Df

DEFINICE BLACK TIE

Black Tie - doslovný překlad je černá kravata. Od mužů se vyžaduje smoking (tedy nikoliv oblek s kravatou). Black Tie je nejčastějším formálním oblečením pro velmi slavnostní příležitost. Ženy by měly zvolit dlouhou večerní toaletu. Barevnému provedení se

²⁴ MACHÁLKOVÁ, J., 2013. *Jak se obléct na (první) pracovní pohovor*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <https://www.jobs.cz/poradna/jak-se-oblect-na-prvni-pracovni-pohovor/>

²⁵ CHOVAŇEJ, 2018. *Formální oblečení – Dress Code*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/formalni-obleceni-dress-code/c799>

meze nekladou, takže se nemusíte striktně držet černé. V současné době je velice módní barva fialová, vínová či tmavě modrá. Jde-li o komornější událost odehrávající se při menším počtu zúčastněných, můžete využít i koktejlové šaty - lidově koktejlky.²⁶

U oblečení Black Tie se barevnému provedení šatů meze nekladou, takže se nemusíte striktně držet černé. Zvolit můžete fialovou, vínovou či tmavě modrou. Jde-li o komornější událost odehrávající se při menším počtu zúčastněných, můžete využít i koktejlové šaty - koktejlky. Boty s uzavřenou špičkou, punčochy a psaníčko²⁷. Muži volí smoking, lakovky a motýlka, kravata je v tomto případě absolutně nevhodná a nepřijatelná.

DEFINICE WHITE TIE

Df

White Tie = ultra formal, jedná se o velmi formální událost. Pánové by měli zvolit frak s bílou košilí, vestou a bílým motýlkem a k tomu černé lakýrky. Muži mohou nosit šperky. Zlaté knoflíky na vestě v dnešní době, dříve se k White Tie patřilo vytáhnout i řády a medaile. Ženy volí dlouhou večerní honosnou róbu.²⁸

DEFINICE FORMAL

Df

Formal - je formální oblečení. Pravidla platí stejná jako u black tie. Ocitnete-li se v kreativním prostředí můžete svému outfitu trochu ulehčit - pánové mohou zvolit smoking s černou košilí bez kravaty a ženy dlouhé večerní šaty, koktejlky nebo i elegantní večerní kostýmek.²⁹

DEFINICE CREATIVE BLACK TIE

Df

Creative Black Tie - jedná se o formální událost, takže společenské šaty, ale zde máte prostor pro uplatnění žhavých módních trendů ve večerním oblečení. Ženy mohou zvolit

²⁶ CHOVANÍ.EU, 2018. *Formální oblečení – Dress Code*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/formalni-obleceni-dress-code/c799>

²⁷ POREBSKÁ, H., 2018. *Dress code. Víte, co na sebe?* 21.1.2018 [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z Moravskoslezský deník https://moravskoslezsky.denik.cz/zpravy_region/dress-code-vite-co-na-sebe-20180121.htm

²⁸ CHOVANÍ.EU, 2018. *Formální oblečení – Dress Code*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/formalni-obleceni-dress-code/c799>

²⁹ CHOVANÍ.EU, 2018. *Formální oblečení – Dress Code*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/formalni-obleceni-dress-code/c799>

např. luxusní dlouhé úplety, luxusní svetřík s korálovými výšivkami v kombinaci s širokou sukni či luxusní korzet. Pánové smoking, výměna bílé košile za černou bez motýlka.³⁰

Df

DEFINICE SEMI FORMAL

Semi-Formal – většinou to znamená, že velké večerní šaty či smoking nejsou vhodné. Z hlediska oblékání je Semi-Formal nejošemetnější. Zde záleží na hodině, kdy se událost bude konat. Je-li začátek dopoledne nebo odpoledne do 18.hodiny, ženy volí elegantní kostýmek, pánové oblek (nemusí být nutně tmavý). Je-li začátek po 18.hodině, ženy by si měly obléci koktejlové šaty - koktejlky, muži tmavý oblek.³¹

Df

DEFINICE COCKTAIL

Cocktail - jak už název napovídá, ženy volí krátké elegantní koktejlové šaty - koktejlky. Správně zvolí doplňky v podobě lodiček na vysokém podpatku a malé kabelky nebo psaníčka. Muži společenský oblek.³²

Df

DEFINICE DRESSY CASUAL

Dressy casual - to znamená nedbalá elegance (pozor - neznamená to džíny!!!). Hostitel vám chce naznačit, že máte vypadat elegantně, ale s formálností to nemusíte přehánět. Ženy mohou zvolit kostýmek, zajímavé šaty, lesklé halenky či krajkový top. Muži volí kalhoty, tričko s límečkem a svetr nebo vestu. Vhodný materiál pro tuto příležitost může být satén nebo samet.³³

Df

DEFINICE SMART CASUAL

Smart casual - to je velká výzva - nesmíte totiž být příliš formální, ale ani příliš ležerní. Ideální je zlatá střední cesta. Pánové mohou zvolit oblek a místo košile obléknout tričko

³⁰ CHOVANÍ.EU, 2018. *Formální oblečení – Dress Code*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/formalni-obleceni-dress-code/c799>

³¹ CHOVANÍ.EU, 2018. *Formální oblečení – Dress Code*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/formalni-obleceni-dress-code/c799>

³² CHOVANÍ.EU, 2018. *Formální oblečení – Dress Code*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/formalni-obleceni-dress-code/c799>

³³ POREBSKÁ, H., 2018. *Dress code. Víte, co na sebe?* 21.1.2018 [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z Moravskoslezský deník https://moravskoslezsky.denik.cz/zpravy_region/dress-code-vite-co-na-sebe-20180121.htm

s potiskem, které sladí s barevnými ponožkami. Ženy vsadit například na dívčí sukni v áčkovém stylu nebo na kalhoty se zakasanou halenkou a sandálky na podpatku.³⁴

DEFINICE BUSINESS CASUAL

Df

Business casual - vyžadován je na pracovní schůzky nebo denně do zaměstnání. Pánové mohou vyměnit košile za polo trička, oblekové kalhoty zase za ty plátěné a klasické sako za sportovní. Pro ženy jsou ideální pouzdrové šaty nebo sukně i společenské kalhoty. Ideálním vrškem je padnoucí halenka nebo trochu formálnější košile. V každém případě jsou nutností lodičky.³⁵

Za vrcholně společenský oblek, který se nosí jen na výjimečné události (např.: svatba), patří **žaket**. Jeho střih vychází z fraku, má jen jakoby odštířené šosy (anglicky se mu říká cut-away). Žaket může být v barvě černé nebo šedé. Kalhoty mohou být proužkované. K žaketu se nosí šedá vesta a stříbrošedá kravata, obvykle šitá, které se říká regata, anebo takový šátek - tomu se říká plastron, a cylindr.

Oblékání pro kancelářské profese lze rozdělit do dvou skupin. Casual dress představuje oblečení pro zaměstnance, kteří nepřicházejí do styku s klienty či zástupci jiných, často zahraničních firem. Tento způsob odívání pro muže zahrnuje kalhoty, barevné košile, trička s límečkem, kravata není nutností. Pro ženy představuje kalhoty nebo sukně doplněné halenkou, topem, šaty, kostýmy kalhotové nebo se sukní (Kowaliková, 2012).

Konzervativní způsob oblékání podle Kowalikové (2012, s. 30) reprezentuje business dress. Muži nosí obleky s košilí kravatou a uzavřenou obuv. Ženy mají kostýmek se sukní v tlumených barvách, uzavřenou společenskou obuv na podpatku a punčochy. Pásková obuv se nenosí ani v létě. Taktéž muži nosí pod oblek košili s dlouhým rukávem, manžeta košile musí být pod rukávem saka vidět. Sako obleku působí formálněji, je-li dvouřadové. Pokud muž nesedí, musí být jako vždy zapnuté. Ve společnosti si sako sundávají nejvýš po dovolení druhé strany.

DEFINICE BUSINESS DRESS CODE

Df

Business dress code – styl odívání, který převažuje pro trávení času v práci, pro pracovní setkávání nebo pro styk s klienty a zákazníky i v rámci mimopracovních aktivit. Některé profese nebo firmy přímo vyžadují po svých zaměstnancích a spolupracovnících, aby

³⁴ POREBSKÁ, H., 2018. *Dress code. Víte, co na sebe?* 21.1.2018 [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z Moravskoslezský deník https://moravskoslezsky.denik.cz/zpravy_region/dress-code-vite-co-na-sebe-20180121.htm

³⁵ POREBSKÁ, H., 2018. *Dress code. Víte, co na sebe?* 21.1.2018 [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z Moravskoslezský deník https://moravskoslezsky.denik.cz/zpravy_region/dress-code-vite-co-na-sebe-20180121.htm

dodržovali jistá a konkrétní pravidla oblékání, aby dodrželi tzv. firemní kulturu (Brodský, 2017).

K nejčastějšímu faux pas v oblékání u českých manažerů, obchodníků i diplomatů patří rozepnuté košile u krku, chození v bačkorách na pracovišti, nošení pánských sandálů bez ponožek k obleku, uvolněná kravata, nošení kraťasů, košile s krátkým rukávem pod sako apod. Mezi oblečení, které se neslučuje s byznysovým prostředím patří dle Špačka (2019): šaty a trička na ramínka, pytlivé a kolové sukně, průhledné a průsvitné materiály, dřevěné džíny, šortky, krátká trička, příliš krátké sukně, tenisky, papuče, jakákoliv domácí obuv, letní sandály, výrazné a pestré vzory, křiklavé barvy, výrazné výstřihy, odhalená ramena.

V profesním světě³⁶ má první dojem často rozhodující význam a váš vizuální vzhled hraje klíčovou roli v tom, jak jste vnímáni kolegy, nadřízenými a obchodními partnery. Správný business look vám může otevřít dveře k novým příležitostem, zatímco nevhodné oblečení může poslat nesprávný signál. Jak se vyvarovat módního faux pas? Při sestavování profesního šatníku je důležité vsadit na osvědčenou klasiku. Investujte do kvalitních kousků, které nejen vypadají skvěle, ale také vydrží. Dobře ušité a kvalitní materiály posílí dojem profesionality. Dalším důležitým bodem je vytipovat si vhodné barvy a střihy. Zvolte takové, které vám lichotí a odpovídají vaší postavě. Klasické barvy jako černá, šedá, modrá a bílá jsou vždy bezpečnou volbou, zatímco střihy by měly být vkusné a formální. Vyhněte se naopak zářícím barvám, jako je žlutá nebo výrazná růžová, které zbytečně přitahují pozornost.

Špaček (2019) představuje **základní typy dress codu pro firmu a úřad:**

- High business styl – určen pro top manažerskou pozici; muži: oblek černý, tmavě šedý nebo tmavě modrý, košile, kravata, pásek, boty, ponožky, hodiny, kabát; ženy: tmavě modrý, černý, šedý, bordó kostým se sukní i kalhoty, halenka, tmavé nebo pastelové šaty, tmavá sukně, vždy tělové punčochy, boty – spíše tmavší jen kožené lodičky s uzavřenou špičkou, šperky, make-up, parfém.
- Business styl - určen pro pracovníky středního managementu a administrativy při kontaktu s klienty a obchodními partnery, při oficiálních příležitostech, při vystupování v médiích; muži: oblek černý, šedý, v létě světlejší, košile, kravata, pásek, boty, ponožky, hodiny, kabát; ženy: tmavší kostým se sukní i kalhotový, šaty tlumených barev, nepříliš nápadných vzorů s decentním dekoltem, tmavá úzká jednobarevná sukně, kalhoty, košile, halenka, sako, tělové, béžové, černé nebo hnědé punčochy, boty - jen kožené lodičky s uzavřenou špičkou, spíše tmavší jednobarevné, šperky, make-up, vůně.

³⁶ LAŽANSKÁ, L., 2023. Business look: Čím zaujmout a jak se vyvarovat faux pas. [online] [vid. 22.11.2023]. Dostupné z <https://www.novinky.cz/clanek/zena-styl-business-look-cim-zaujmout-a-jak-se-vyvarovat-faux-pax-40450573>

- Business casual styl – určen pro běžný pracovní den, kdy nepřicházíme do styku s klienty máme neoficiální program v budově firmy, nevystupujeme v médiích; muži: šedý i hnědý oblek, nebo kalhoty a sako i sportovního střihu, košile, kravata, pásek, boty, ponožky, hodiny, kabát; ženy: kostým se sukni i kalhotový, jednobarevné i vzorované šaty, sako libovolné barvy, sukně, kalhoty, košile, halenka, boty – uzavřené lodičky, lodičky s otevřenou špičkou, baleríny, v létě i bez punčoch.
- Casual styl - určen pro práci v kanceláři bez kontaktu s klienty, bez vycházení ven z administrativní budovy, pro terénní pracovníky, pro funkčně nejnižší pracovní pozice; muži: oblek šedý, spíše sako a kalhoty, košile, boty, ponožky, kabát; ženy: šaty, halenka, košile, kalhoty, boty.

Za jaké společenské nedostatky jsou naši obchodníci, diplomaté, manažeři a podnikatelé v zahraničí nejčastěji kritizováni? Oblečení je vizitkou každého člověka ve styku s jinými, odpovídá jeho osobnímu vkusu, účelu, místu a době setkání. Prozradíme **základní manažerské přešlapy**:³⁷

- K nejobvyklejším českým "přešlapům" v oblékání patří chození v bačkorách na pracovišti, nošení pánských sandálů bez ponožek k obleku a rozepnutá košile s uvolněnou kravatou.
- Ruce nepatří do kapes a žvýkačka na jednání. Smrkat na veřejnosti nepovoluje žádná etiketa, ani ta naše! Místo toho se musíte omluvit a jít se vysmrkat ven.
- Jak se obléci? Business dress - je to styl, ve kterém pracují vysocí manažeři firem. Zde nejsou povoleny ani se nepředpokládají žádné větší výstřelky. Hlavní vlastností to, aby oblečení neodvádělo pozornost od jednání. U mužů jde o oblek, zpravidla tmavý. U žen o sukňový nebo kalhotový kostým. Casual business - pod pojmem Casual dress code se rozumí volný pracovní styl, který se používá při méně závazných příležitostech. Často je určen pro pracovníky, kteří nepřicházejí do styku s veřejností, např. v kancelářích.
- Obchodníci často podceňují význam vhodného oděvu, a to zejména v rozvojových zemích. Na schůzku do luxusního hotelu v jedné latinskoamerické zemi přišla česká delegace přímo z pláže: obalená pískem, v krátkých sportovních kalhotách, s kšiltovkami na hlavě.
- Manažerům navíc mnohdy schází orientace v pojmech. V hospodářské praxi se setkáte s výrazy casual dress, business dress nebo business casual light, business casual či business style, v té diplomatické potom s termíny vycházkový oblek, neformální oblek či neoficiální oblek.
- Trika či jiné části oděvu s reklamními slogany patří na firemní akce nebo na pracoviště. Obchodní jednání či večerní akce s člověkem, kterého zdobí na hrudi název jakési firmy nebo produktu, či dokonce fotografie zvířat, solidnost postrádá. Vhodné nejsou ani sportovní košile či košile křiklavých, nápadných vzorů.

³⁷ GULLOVÁ, S., 2012. *Prozradíme základní manažerské přešlapy*. [online] [vid. 11.2.2018]. Dostupné z <https://byznys.ihned.cz/lide-a-personalni-rizeni-manazerske-dovednosti/c1-57137360-co-se-nenosi-pri-obchodnim-jednani-at-uz-doma-ci-v-zahranici-prozradime-zakladni-manazerske-preslapy>

- Za chůze by mělo být jednořadové sako zapnuté na horní knoflík, dvouřadové by mělo být zapnuté. Při sezení se může rozepnout další knoflík u jednořadového saka, u dvouřadového pouze spodní. Chůzení v rozepnutém saku je nevhodné.
- Českým problémem zůstávají boty. Býváme kritizováni za sešlapané, špinavé boty s vysokou gumovou podrážkou a v nevhodné barvě. Boty k obleku mají být s koženou velmi tenkou podrážkou a jsou vždy tmavší než oblek.



PRO ZÁJEMCE

Klíčové aspekty vědomého oblékání³⁸:

- Osobní výraz a identita: lidé si vybírají oblečení, které jim pomáhá vyjádřit svou osobní identitu a vkus. Vědomé oblékání může být spojeno s větší pozorností k vlastnímu stylu a tomu, jak oblečení reflektuje jejich hodnoty.
- Kvalita před kvantitou: místo rychlého nakupování mnoha levných kousků preferují lidé vědomě oblékající se kvalitní oblečení, které je odolné a může vydržet déle. Tím mohou přispět k nižšímu environmentálnímu dopadu.
- Minimalismus: někteří lidé upřednostňují minimalismus a vědomě se snaží snižovat množství oblečení ve svém šatníku. Tím mohou podporovat udržitelnost.
- Etická a udržitelná móda: vědomé oblékání zahrnuje také výběr oblečení z etických a udržitelných značek, používající organické materiály, které respektují pracovní podmínky a minimalizují negativní vliv na životní prostředí.
- Pohodlí: lidé, kteří se věnují vědomému oblékání, kladou důraz na pohodlí. Vybírají si oblečení, ve kterém se cítí dobře a které podporuje jejich každodenní aktivity.
- Vědomé kombinování: vybírání oblečení, které lze snadno kombinovat, umožňuje lidem vědomě vytvářet různé styly s omezeným množstvím kusů.

Oblečení není pouhým povrchním prvkem, ale je to forma komunikace, která může sdělovat mnoho o naší osobnosti, hodnotách a postojích. Vysílá signály jak k nám, tak k ostatním lidem. Proto je důležité, jak se v oblečení cítíte. Spojte vaše emoce a vzhled k vyjádření se pro sebe sama.

Ve společnosti je kromě pracovních povinností by měli mít muži na paměti i společenskou povinnost, kterou je péče o ženu, pomoc při oblékání. Tato péče je vhodná u žen jako obchodních partnerek, nadřízených i podřízených, známých, stejně tak jako u rodinných příslušnic.

³⁸ <https://andtouch.cz/vedome-oblekani-aneb-obleceni-neni-jen-kus-hadru-2/>

V mnoha státech světa se sukně nosí dodnes. Nezapomínejme, že kalhoty se nosí jen 150 až 200 let. Jak jde móda stále více kupředu, muži v sukni nastavují nové limity. Páni vystavují na obdiv svá lýtka. Sukně se do pánského šatníku vracejí pro svou pohodlnost a vzdušnost. Pánská sukně patří do mužského šatníku tak, jako kalhoty do dámského. Zavínovací sukně nosí muži, jako jsou číšníci, kováři a podobně. Pánské šaty - kutny, roucha jsou běžné v náboženství. V Asii jsou zavínovací sukně běžné. Víte, co je kilt?³⁹Kilt je tradiční nebo moderní zavínovací sukně. Pánská sukně je tradiční střídá sukně, jak ji známe typu „A”.

Kilt

2.2 Pánské oblečení

Pánský šatník společensky žijícího muže by podle Smejkal a Schelové Bachrachové (2011, s. 128) měl obsahovat odpolední (světlejší) a večerní (tmavší) oblek, několikery kalhoty a saka, nejméně patnáct až dvacet košil s dlouhým i krátkým rukávem, stejné množství ponožek v barvách sladěných s ostatním oblečením, ke každému obleku či saku alespoň jednu vhodnou kravatu, světlé, hnědé a černé boty. Pro méně formální chvíle budeme potřebovat několik kusů kalhot, svetr, vestu, bundu. Chybět by neměla ani trička s krátkými rukávy a s límečkem, ovšem v tzv. společenském provedení – nikoliv do tělocvičny. Horní vybavenosti se meze nekladou.

Pro pracovní styk je sportovní oblečení, stejně jako tričko, rozhalenka, džínsy, botasky apod. podle Němčanského (2011) nevhodné. Pánská móda je v podstatě konzervativnější než dámská, i když v průběhu století zaznamenala značné změny. V této době se projevují módní změny pouze ve vzoru látky a drobnějších rozdílech ve střihu. Na pánské obleky je nutno používat kvalitních látek, které lze dobře zpracovat. V případě nákupu konfekce musí se velmi přísně posuzovat, zda oblek skutečně dobře padne.

Základním oblečením muže do společnosti je oblek. To není tak samozřejmé konstatování, jak se nám dnes zdá, protože do třicátých let 20. století byly za společenské pánské úbory považovány frak a žaket, případně stresemann. Oblek se skládá z kalhot a saka, případně ještě z vesty, ze stejného materiálu a stejného vzoru. Vesta z pánského šatníku mizí. Oblek má přesně definované součásti, ale záleží na jeho materiálu a střihu, zda je stroze formální, ležerní nebo sportovní. Dnes se obleky šijí ze směsových materiálů, u kterých upřednostňujeme lehkost, nemačkovou úpravu a trvanlivost. Občas spatříme elegána v novém obleku s našitým firemním štítkem na rukávu saka. Jakmile je sako naše, štítek odpáráme. Za klasické barvy považujeme černou, všechny odstíny šedé a tmavomodrou. Obleky hnědé nebo zelené nepatří do kategorie společenských, a máme-li v těchto barvách zálibu, nosíme je jen přes den. Totéž platí o dalších barvách, například běžové nebo safari, které jsou vhodné pro sportovní obleky, tomu ovšem musí odpovídat i jejich střih. Během dne je vhodný šedý oblek v jakémkoli odstínu. Světle šedý oblek nazýváme též vycházkový nebo odpolední, z toho vyplývá, že ho odkládáme po 18. hodině a nahrazujeme ho tmavým oblekem. Večer

Oblek

³⁹ CHOVAŇ.EU, 2018. *Muži a sukně*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/muzi-a-sukne/c795>

nosíme jen oblek černý nebo tmavomodrý, ten pak ovšem v tónu “midnight blue“, půlnoční modři. Černý oblek je univerzální, můžeme ho nosit čtyřicet hodin denně (Špaček, 2019).

Správné a vhodné oblékání je stejně důležité jako dodržování etikety, nelze je podceňovat. Oblečení odpovídá vkusu každého člověka, účelu, místu a době setkání. Pro pracovní styk volíme oblek z jedné látky nebo sako a kalhoty z různých látek. V každém případě⁴⁰:

- dobrý střih,
- kvalitní materiál,
- čisté, vyžehlené,
- ne křiklavé barvy, spíše decentní,
- sladit barvu, materiál, doplňky.

V době uvolňování pravidel a osvojování si nových, jemnějších pravidel oblékání se společnost dle Brodského (2017) naučila dělit **dress code na pracovní a společenský**. Ten pracovní stále více tíhne k ležérnosti, kdežto ten společenský se snaží držet se svých formálních pozic a jen pomalu na sebe nechává působit moderní trendy. Základní oblečení muže, který se pracovně i soukromě pohybuje ve společnosti, je pánský oblek. Oblek se skládá z kalhot, saka, případně vesty. Muži mají dle autora tři úrovně společenského oblečení:

- smoking – výhradně večerní, obléká se po 18 hodině,
- černý oblek – je myšlen i velmi, velmi tmavě modrý oblek, je zcela univerzální, lze nosit ve dne i večer, k černému obleku se nosí pouze šněrovací obuv na tenké podrážce,
- denní oblek – je nejčastěji šedý, může být hnědý, modrý, béžový, nosí se do 18 hodiny.

Denní oblek je vhodné doplnit doplňky v jednotné barvě a také dekorativním kapesníčkem. Saka bývají vypasovaná na tělo a kalhoty mají užší nohavice.

Muž, který nemá ve svém šatníku černý oblek, je naprosto vyřazen ze společenského života. Brodský rozlišuje oblek čistě formální, sportovní, ležerní, vycházkový, denní nebo večerní. Součástí pánského společenského dress code je košile a kravata, obuv a ponožky ostatní oblečení (v zimním období pánský kabát nebo plášť, neklamná a neskládací deštník) a doplňky (manžetové knoflíky, opasek, šála, kožené rukavice, látkový kapesník nebo spona do kravaty). Mezi obecné doplňky patří kvalitní pero, diář, hodinky, kožená aktovka nebo pánská kabelka, brýle a dnes i mobilní telefon, tablet nebo notebook. Muži by se měli vyvarovat reklamních propisek, bloků, brašen apod. Špaček (2019) uvádí mezi doplňky také kapesníky a kapesníčky, rukavice, šle, opasek, pánskou kabelku, batůžek, stříbrné a zlaté doplňky (prsten, řetízky – nosí muži pod košilí, hodinky, knoflíčky), řády a vyznamenání⁴¹. Na oblek si nemůžeme obléct péřovku, všechny vrstvy musí být v souladu a ve stejném žánru.

⁴⁰ Minimum ze společenského styku a diplomatického protokolu. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z http://www.kr-kralovehradecky.cz/assets/files/2990/minimum_spol_styk.pdf

⁴¹ Mezi vyznamenání lze zařadit řády a medaile, například: Řád Bílého lva, Řád Tomáše Garrigua Masaryka, Medaile Za hrdinství, Medaile Za zásluhy.

Gullová (2011) uvádí kromě výše prezentovaného také národní oděv dámský i pánský, který je vhodný ke všem příležitostem (i k diplomatickým či velmi slavnostním). Je vždy velmi vítaným a žádoucím osvěžením monotónní uniformity.

Klasické druhy oblečení, které se stále používají, jsou podle Němčanského (2011) tyto:

- frak,
- smoking,
- žaket,
- černý nebo tmavý oblek,
- vycházkový oblek,
- pláště,
- obuv,
- kravata,
- košile,
- kapesníky,
- rády a šperky (obvykle hodinky a prsteny, někdy jehlice do kravat.

Opravdu manažeři stále nevědí, jak se správně obléci?

**Druhy ob-
lečení**

Ano, většina mužů má oblek a kravatu, košili a tak dále. Nemá ale základní poznatky o tom, jak se tyto věci užívají. Přijdou do obchodu s kartou, na které je ta nechutně vysoká suma, jak říká Richard Gere v *Pretty Woman*, a nakoupí tam hadry, které potom na sebe oblékají, jak je napadne. Ale detaily muže okamžitě prozradí. Základní faux pas je například vzorovaná košile večer nebo košile s krátkým rukávem pod sako či špatně zvolený uzel na kravatě vzhledem k límečku.

Všechno musí být v souladu. U hodinek, manžetových knoflíčků a přezky na opasku musí být dodržena jednota kovů. Důležitá je i jednota kůží. Muži nad tím nepřemýšlejí, nejsou kreativní. Je jim to jedno. Právě proto si musí nastavit určité standardy a stereotypy pro oblékání. Musí vědět, že k obleku se nosí jen a pouze šněrovací boty a podobně.

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



Uveďte příklady porušení formálnosti oblečení v rámci business dress code u mužů. Odpovědi porovnejte s ostatními studenty ve skupině.

2.2.1 MÓDNÍ PROHŘEŠKY MUŽŮ

Tomis (2015) představuje Deset největších módních chyb mužů. Děláte je taky?⁴² Protože je česká kultura oblékání i kvůli předrevoluční minulosti dost bídná, raději bychom si neměli brát příklad ze svých rodičů, ale naopak se pokusit sami najít ten správný vkus a styl. Jaké **chyby v oblékání** tedy čeští **muži** dělají nejčastěji:

1. Pot místo vůně - Stačí používat deodorant, antiperspirant nebo jejich kombinaci.
2. Špinavé boty - jsou ve společnosti (to znamená i na ulici) neomluvitelné. Špinavé by neměly být žádné boty, takže třeba ani tenisky.
3. Neladící pásek a boty - je jen pár základních pravidel, které není radno porušovat.
4. Příliš krátké ponožky - máte na sobě dlouhé kalhoty, sednete si, dáte nohu přes nohu a je vám vidět holá kůže. Elegantním řešením je pořídit si vysoké společenské podkolenky. Druhou variantou jsou běžné vysoké ponožky.
5. Batoh a oblek - Jediné přípustné zavazadlo k obleku je kožená taška do ruky, maximálně s popruhem přes rameno.
6. Špatná délka kravaty - kravata má končit na sponě pásku.
7. Trekové sandále - Do města pak trekové sandále (ale ani boty!) nepatří vůbec. Treková móda je v Česku, kdo ví proč, velmi oblíbená. Tyhle "funkční" oděvy ve městě skutečně nepotřebujete a nikdo z vás asi netouží po tom, aby neustále vypadal, jako když jde z hub.
8. Zvednutý límec - Límeček by samozřejmě ještě měl být ohnutý rovnoměrně a také vyžehlený.
9. Neznáte etiketu - na pohřeb se chodí v černém, do divadla ve společenském oblečení, na golf nesmíte vkročit v riflích. Pravidel etikety není zase tolik, aby se v nich člověk nemohl zorientovat. Kniha o etiketě může být velmi praktickým vánočním dárkem.
10. Absence barev - na černé, hnědé nebo šedé barvě není vůbec nic špatného, ale pro svůj šatník alespoň občas něčím neosvěžit. Oblečením a oblékáním byste se měli hlavně bavit. I když chcete vypadat elegantně, nikde není psáno, že to zákonitě musí být sterilní a nudné. Vezměte si někdy barevné ponožky, výraznou šálu, bekovku nebo rukavice v nějaké pestré barvě.

Brodský (2017) mezi společenské trapasy při oblékání řadí:

- nevhodné oblečení ve vztahu k typu události,
- nevhodné sladění barev oblečení a doplňků,
- krátké ponožky a vykukující noha,
- krátká kravata,
- nepečlivě uvázaná kravata,
- rozvázaná kravata a rozepnutý límeček u košile,

⁴² TOMIS, Z., 2015. 10 největších módních chyb mužů. Děláte je taky? Žena aktualne.cz. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <https://zena.aktualne.cz/moda/10-nejvetsich-modnich-chyb-muzu-delate-je-taky/r~i:article:762647/?redirected=1523453780>

- krátký rukáv u košile,
- zapnutý poslední knoflík saka nebo vesty,
- šušťáková nebo kožená bunda k obleku,
- špinavé nebo okopané boty,
- nedostatečné nebo výrazné užití parfému,
- zouvání bot,
- nacpané kapsy u saka a kalhot,
- nedokonalá manikúra nebo vlasová hygiena.

Nejčastější stylové chyby v pánské módě:⁴³

- nadměrná loga,
- špatně zapnuté sako,
- košile bez nátělníku,
- příliš dlouhé kalhoty,
- obuv se čtvercovou špičkou,
- příliš dlouhé rukávy u saka,
- příliš mnoho rozepnutých knoflíků u košile,
- špatně padnoucí košile,
- nezastrčená košile,
- nacpané kapsy,
- špatné tenisky k obleku,
- košile s krátkým rukávem a s kravatou,
- oblek a batoh,
- sandály a pantofle mimo bazén a pláž.

Nejčastější faux pas v oblékání stručně shrnuje Gullová (2013, s. 273), přičemž uvádí například: smokingová košile se nehodí ke sportovním či pracovním oblekům, chození v rozepnutém saku neposkytuje příliš pěkný pohled, držení rukou v kapsách u obleku, košile se nezasouvá do slipů, šperky patří ženám, bunda se k obleku nehodí apod.

2.3 Dámské oblečení

V dámském oblečení je rozdíl, zda se nosí v pracovním styku nebo se jedná o společenské oblečení. Platí základní pravidla (oblečení čisté, vyžehlené). Ve společenském styku podléhá dámské oblečení daleko více módě než oblečení pánské. Přitom je nutné vystříhat se nadměrných výstrelků, nevhodných doplňků a barev. V pracovním styku by neměla být žena oblečena nápadně a výstředně. U žen dnes můžeme rozdělit oblečení na casual dress a business dress (Gullová, 2013, s. 273). Ženy, oproti mužům si mohou v rámci společenského oblečení volit z nepřeberného množství variant. Základní varianta jsou šaty. Ovšem pokud jde o společenské události pak je podle Brodského (2016) hlavním úkolem ženy

**Druhy ob-
lečení**

⁴³ DOBIÁŠOVÁ, R. |2023.Nejčastější stylové chyby v pánské módě. [online] [vid. 10.11.2023]. Dostupné z <https://www.stylista-osobni.cz/nejcastejsi-stylove-chyby-v-panske-mode/>

sladit své oblečení s mužem. Muž většinou dle pozvánky ví, jaké oblečení má zvolit a žena se mu přizpůsobí stejným stylem oblečení. Pokud je na pozvánce například formal dress, tedy tmavý oblek, žena volí krátké šaty.

Nejstarším dámským oblečením jsou podle špačka (2019) šaty. V současnosti mají ženy výběr z mnoha stylů a střihů. Praktické pro denní nošení, pro byznys i do společnosti jsou stále chanelovské pouzdrové šaty úzkého střihu, které dokonale obepínají postavu. Košilové nebo plášťové šaty se nehodí jako společenské, mají dlouhé rukávy, ležatý límeček a zapínají se po celé délce vpředu jako pánská košile nebo plášť. Délky šatů a sukní jsou zcela individuální. Pro byznysové prostředí platí, že by si žena měla vybrat, jestli odhalí nohy, nebo ramena a dekolt.

Žena v rámci business dress code nesmí (Brodský, 2017):

- nosit šaty na úzkých ramínkách,
- nosit záměrně a vulgárně hluboké výstřihy,
- nosit trička odhalující pas a záda,
- nosit bokové nebo tzv. harémové kalhoty,
- dopustit, aby ji někde vykukovalo spodní prádlo,
- mít pouze jednu jedinou kabelku na všechny příležitosti,
- nosit sukně, pokud si je vědomá nějakého defektu na noze,
- mít střevíce s otevřenou špičkou za předpokladu, že nemá perfektní pedikúru,
- porušit jednotu kůže: (boty-opasek-kabelka v jedné barvě kůže),
- mít nasazené tmavé brýle v místnosti.

Dámské oblečení podle Němčanského (2011, s. 31) podléhá daleko více módě než pánské. Je různé co do barvy, střihu a materiálu pro jednotlivé použití během dne i během roku. Jednotlivé světadíly, oblasti, ale i města si rovněž vytvářejí vlastní názor na módnost materiálu a střihu, použití barev i výběr doplňků. Je proto nutno otázku zejména dámských šatů náležitě prokonzultovat s pracovníky, kteří se z příslušné země vrátili, aby nedošlo k nákladnému pořizování obleků, které pak v místě působení budou posuzovány jako neobvyklé nebo je nebude možno vůbec použít. Pro dámské oblečení v podstatě platí, že nemá být módním výstřelkem, má být spíše jednoduché linie a kvalitní v materiálu, má barvou a střihem doplňovat majitelku s přihlédnutím k jejímu věku i vzhledu a v každém případě musí být vhodné k dané příležitosti. Při nákupu materiálu je nutno vyzkoušet, zda kupovaný textil sluší k obličejí a vlasům, a to v takovém světle, v němž bude nošen, neboť umělé osvětlení někdy zkresluje odstín barvy. Žena - diplomatka je proti ženě - manželce o něco více vázána konvencemi v oblékání. Pro ni nejvhodnějším oblečením je kostým, který je navíc univerzální. Lze ho používat celý den k různým více či méně formálním příležitostem za předpokladu, že je nepřilíš nápadné barvy a klasického střihu. Je protějškem pánského vycházkového, tmavého i černého obleku. Černý kostým s bílou blůzou může být i protějškem žaketu. Pouze je-li předepsán smoking nebo frak, bere na sebe žena - diplomatka malou nebo velkou večerní toaletu.

**Součásti
dámského
oblečení**

Mezi součásti dámského společenského dress code uvádí Brodský (2017, s. 23-25): sukně a halenky, kalhoty kalhotový kostým, obuv, ostatní oblečení (kabáty, pláště, kabátky a skládací deštník) a doplňky (brože, řetízky, náramky, telefon, psací potřeby, diář, kabelka). V případě ženy jsou doplňky jakýmsi charakteristickým rysem, na základě kterého bývá na „první dobrou“ zařazena do jisté sociální skupiny obyvatel, ze které se, pokud se jednalo o nedopatření nebo defekt, velmi těžko vymaňuje. Špaček (2008) jako součásti dámského oblečení uvádí také blůzy, topy, baleríny, prádlo, punčochy (má žena do společnosti vždy), rukavice (svléká jen při jídle), batůžek (pro volný čas), klobouk.

Němčanský (2011, s. 31) jmenuje druhy oblečení, které ženy stále používají:

- velká večerní toaleta,
- malá večerní toaleta,
- vycházkové šaty,
- sportovní oblečení,
- plášť,
- klobouk,
- kabelka,
- rukavice,
- obuv,
- prádlo,
- punčochy,
- kapesníky,
- šperky.

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



Uveďte příklady porušení formálnosti oblečení v rámci business dress code u žen. Odpovědi porovnejte s ostatními studenty ve skupině.

2.3.1 MÓDNÍ PROHŘEŠKY ŽEN

Wolffová (2007, s. 23) nazývá společenské přešlapy smrtíci injekcemi a řadí mezi ně:

- příliš mnoho toaletní vody,
- křivé podpatky, roztřepené tkaničky nebo špinavé boty,
- uvolněné lemy, natržené švy, viditelná podšívka na části oděvu, vykukující spodní prádlo, chybějící knoflíky.

**Chyby
v oblékání
žen**

Pět nejčastějších chyb, které ženy při oblékání dělají (2014)⁴⁴:

1. Délky - chybují ženy v délkách, ... spíše v délkách u sukní a šatů, ale také v délkách rukávů sak, bund. I u žen je hezké, když z rukávu saka kouká košile; ... lepší je si vzít dlouhé kožené rukavice, než mít dlouhý rukáv na kabátu. U sukní a šatů souvisí délka s věkem a botami.
2. Špatné střihy a velikosti - ženy by si měly uvědomit, že každé postavě sluší něco jiného. „Dobře zvoleným střihem předejdete zvýraznění tělesných nedostatků, respektive je můžete i dokonale zakrýt.“
3. Velké tašky do společnosti.
4. Barevné kombinace - pravidlo tří barev, to je to, čeho by se měly ženy držet, pokud si s módou zrovna netykají a neumí kombinovat barvy. Ženy by měly mít na sobě maximálně tři barvy! S tím, že ta třetí by měla být jen doplňková.
5. Sílony vs holé nohy - pokud pracujete ve firmě, kde nosíte bussiness módu, musíte mít sílonky! Pokud máte sílonky, musíte mít uzavřenou obuv.

Nejčastější módní chyby aneb 5 věcí, kterých si na vás každý všimneme, uvádí Nosková (2017)⁴⁵. Žádné statisíce ale utrácet nemusíte, stačí, když budete respektovat několik následujících pravidel:

- Padnoucí sako,
- Vyčištěné boty,
- Nápadité doplňky - můžete mít úplně jednoduchý outfit, který doplníte zajímavými slunečními brýlemi nebo šperky, které nezruinují rozpočet.
- Nadčasový svrchník - trenčkotem či koženou bundou nemůžete nikdy nic zkazit.
- Kvalitní kabelka.

Výběrem oblečení a líčením mohou ženy zvýraznit svůj styl a vyzdvihnout na sobě to nejlepší. Je potřeba o sebe pečovat a udržovat se ve formě. Čas, který nám přiděluje krásy, se nedá zastavit. Nejlepší cestou proto je se stárnutím se smířit a stárnout přirozeně a s elegancí. Jakých **10 chyb v oblékání a líčení** nás dělají starší a čemu se vyhnout⁴⁶:

1. Oblékáte se příliš trendy - být oblečená každou módní sezonu podle posledních horkých trendů je fajn – když je vám 20. S přibývajícými lety byste si měla najít svůj styl. Takový, který vám bude slušet a ve kterém se budete cítit dobře. Vyberte si však v každé sezoně jen pár kousků, které budou ladit s vašimi oblíbenými kusy.
2. Jste v oblékání nostalgická - hodně lidí má sklon lpět na věcech. Platí to i v případě oblečení – staré kousky na vás mohou být buď příliš velké a neforemné, nebo malé,

⁴⁴ SÁBLÍKOVÁ, T., 2014. *Odbornice na módu: 5 nejhorších chyb, kterých se dopouštějí ženy při oblékání*. [online] [vid. 11.2.2018]. Dostupné z <https://lajk.iprima.cz/extrem/odbornice-na-modu-5-nejhorsich-chyb-kterych-se-dopousteji-zeny-pri-oblekani>

⁴⁵ NOSKOVÁ, A., 2017. *Nejčastější módní chyby aneb 5 věcí, kterých si na vás každý všimne*. [online] [vid. 11.2.2018]. Dostupné z <https://www.prozeny.cz/clanek/nejcastejsi-modni-chyby-aneb-5-veci-kterych-si-na-vas-kazdy-vsime-30211>

⁴⁶ 10 chyb v oblékání a líčení, které vás dělají starší. [online] [vid. 11.2.2018]. Dostupné z <http://zeny.iprima.cz/moda-krasa/10-chyb-v-oblekani-liceni-ktere-vas-delaji-starsi>

takže z nich vaše postava „přetéká“ a vy vypadáte tlustší než ve skutečnosti. Dbejte na to, aby vám to, co nosíte, hezky sedlo. Když už vám nesedne, zbavte se ho.

3. Máte příliš dlouhé vlasy,
4. Přeháníte to s líčením očí,
5. Příliš se opalujete,
6. Zapomínáte na krk, dekolt a ruce,
7. Používáte nevhodnou rtěnku,
8. Používáte příliš make-upu,
9. Nehydratujete,
10. Oblékáte se příliš mladě - v naší společnosti očekáváme, že se lidé určité věkové skupiny budou oblékat určitým způsobem.

Julia Silajdžić, stylistka uvádí 4 nejčastější chyby⁴⁷, které dělají ženy v oblékání:

1. Zapomínání na doplňky,
2. Ženy často nenosí své velikosti,
3. Nedostatek bot v šatníku,
4. Snažení se na někoho zapůsobit.

Společenského trapasu při oblékání se může dopustit dokonce i žena, jak uvádí řadí Brodský (2017) mnoha způsoby a na mnoha úrovních:

- nevhodné oblečení ve vztahu k typu události,
- nevhodné sladění barev oblečení a doplňků,
- absence punčoch nebo viditelné punčochy v nevhodném typu oblečení,
- vykukující spodní prádlo,
- nevhodně sladěná barva spodního prádla a vrchního oblečení,
- špinavé nebo okopané boty,
- když žena nenosí kabelku,
- nedostatečné nebo výrazné užití parfému,
- zouvání bot,
- nedokonalá manikúra nebo vlasová hygiena.

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



Uveďte příklady z praxe, při jakých příležitostech jste se setkali s prohřešky při oblékání u žen, například ve volném čase a v divadle. Při jakých příležitostech jste se setkali s prohřešky při oblékání u mužů, například ve volném čase a v divadle. Odpovědi porovnejte s ostatními studenty ve skupině.

⁴⁷ ČALADI, T., 2024. „Oblečení má moc zlepšit vám každý den,“ říká personální stylistka zaměřená na obyčejné ženy. [online] [vid. 24.1.2024]. Dostupné z <https://www.marianne.cz/moda/4-nejcastejsi-chyby-v-oblekani-podle-stylistky-zamerene-na-obycejne-zeny>



OTÁZKY

1. Dress code je obecně uznávaným vzorem a souborem pravidel v oblékání. Jedná se o určité normy, které určují, jaké oděvy mohou být nošeny v zaměstnání.
 2. Oblečení se člení na vycházkové, pracovní a slavnostní.
 3. „over-dressed“ znamená oblečení v nižší rovině, než předepsal hostitel.
 4. Pro pracovní styk volíme vždy čisté, vyžehlené, křiklavé barvy.
 5. Mezi společenské přešlapy paří příliš mnoho toaletní vody.
 6. Zaměstnavatel nemůže vyžadovat, aby zaměstnanci dodržovali určený způsob oblékání.
 7. Večer nosíme jen oblek černý nebo tmavě hnědý.
 8. V pracovním styku by neměla být žena oblečena nápadně a výstředně.
 9. Je součástí ostatního oblečení skládací deštník?
-



ODPOVĚDI

1. ne, 2. ne, 3. ne, 4. ne, 5. ano, 6. ne, 7. ne, 8. ano, 9. ano.
-



SAMOSTATNÝ ÚKOL

- Najděte příklady pracovního oblečení.
- Najděte příklady oblečení v pozvánkách na významné akce.

Vypracované samostatné úkoly v písemné podobě prosím odevzdejte do konce daného semestru vyučujícímu ke kontrole.



SHRNUTÍ KAPITOLY

Oblečení je vizitkou každého člověka ve styku s jinými, odpovídá jeho osobnímu vkusu, účelu, místu a době setkání. Oblečení je část společenského styku, na kterou se lze přichystat před její realizací. V pracovním styku platí určitá pravidla v oblékání. Oblečení vybíráme vždy podle příležitosti. Rozlišujeme slavnostní oblečení pro společenské příležitosti, oblečení pro denní nošení do práce a oblečení pro neformální příležitosti a volný čas. Za slavnostní oblečení pro společenské příležitosti považujeme formal dress, black tie, oblečení pro denní nošení do práce představuje styl zvaný business dress a oblečení pro neformální příležitosti a volný čas se nazývá casual dress. Obecně lze oblečení rozdělit na pracovní, vycházkové, společenské a oblečení pro volný čas. Mezi styly oblečení řadíme semi

formal, business casual, casual, apod. Zaměstnavatel může vyžadovat, aby zaměstnanci dodržovali určený způsob oblékání, a to s ohledem na výkon sjednané práce. Řídí se přitom odpovídajícími právními předpisy. Podnik, organizace, úřad tedy může požadovat předepsané firemní oblečení, tzv. firemní dress code.

Oblékání mužů a žen se liší. Casual dress představuje oblečení pro zaměstnance, kteří nepřicházejí do styku s klienty či zástupci jiných, často zahraničních firem. Pro muže zahrnuje kalhoty, barevné košile, trička s límečkem, kravata není nutností. Pro ženy představuje kalhoty nebo sukně doplněné halenkou, topem, šaty, kostýmy kalhotové nebo se sukní. Business dress představuje konzervativní způsob oblékání. Muži nosí obleky s košilí kravatou a uzavřenou obuv. Muži nosí pod oblek košili s dlouhým rukávem, manžeta košile musí být pod rukávem saka vidět. Ženy mají kostýmek se sukní v tlumených barvách, uzavřenou společenskou obuv na podpatku a punčochy.

Zajisté jste se setkali s prohřešky v oblékání. U mužů k prohřeškům v oblékání radíme například pot místo vůně, špinavé boty, batoh a oblek, špatná délka kravaty, trekové sandále, zvednutý límec apod. Prohřešky v oblékání neminou ani ženy, u nich se můžeme také setkat s módními trapasy jako jsou například skvělý outfit a odrostlé vlasy, špatně nalakované nehty, kombinování více různých vzorů, levné silonky, špinavé boty, velká a přeplněná kabelka či aktovka, igelitka, šperků více než je zdrávo, špičky vykukující z bokovek nebo příliš úzkého oblečení, rozmazaný nebo nedokonalý make-up, od bot zbarvené punčocháče na černo, čouhající spodní prádlo apod.

3. CESTOVÁNÍ A VOLNÝ ČAS



RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY

V kapitole rozlišíme pojetí obchodní cesty a soukromé cesty. Uvedeny budou skutečnosti o tom, co musíme zařídit před odjezdem na dovolenou, jaké jsou možnosti trávení volného času, jakými různými druhy dopravy lze cestovat. Tak jako v předchozí kapitole budou uvedeny vybrané prohršky v oblasti cestování.



CÍLE KAPITOLY

Konkrétní výčet schopností, dovedností, kompetencí, které by měl student po prostudování kapitoly ovládat nebo dosáhnout:

- definovat pojem obchodní cesta,
 - definovat pojem soukromá cesta,
 - vymežit pojem dovolená a trávení volného času,
 - popsat rozdíl mezi pozitivním a negativní pojem volného času,
 - popsat vybrané druhy oblečení pro volný čas,
 - charakterizovat možnosti cestování v jednotlivých druzích dopravy.
-



KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY

Obchodní cesta, plán obchodní cesty, soukromá cesta, nepříjemnosti na cestách, dovolená, volný čas, oblečení pro volný čas, druhy dopravních prostředků.

3.1 Cestování

Člověk jako společenský tvor udržuje kontakty s jinými lidmi, při nichž se setkává s různými mezemi, jako například odlišné zájmy a preference. Společenská pravidla mu pomáhají chovat se vhodně a ohleduplně v různých situacích. Způsob chování ve společnosti, na cestách může působit na život každého jedince. Ať se nám to líbí, nebo ne, jsme druhými lidmi neustále sledováni, což závisí na našem postavení. Většina lidí nás hodnotí podle subjektivních pocitů, čemuž se nelze vyhnout. Dobrá společenská prezentace nám usnadní pozitivní přijetí druhé strany. Lidé mnohdy podceňují pravidla a teprve při svízelné situaci

pochozí nutnost jejich znalosti, například kdo by měl vstoupit jako první do dopravního prostředku nebo jak se chovat v dopravních prostředcích.

SOUKROMÉ A OBCHODNÍ CESTY DO CIZINY

Soukromá cesta

Soukromou i obchodní cestu je vhodné předem plánovat. Při plánování cesty musíme brát v potaz kulturní odlišnost, které se mohou projevit při obchodních jednáních a které se liší nejen v rámci Evropy, ale i ve srovnání s ostatními kontinenty. Při obchodním jednání v zahraničí nebo se zahraničními partnery se můžeme opřít o obecné zásady společenského chování, na schůzky chodíme včas, netykáme, chováme se zdvořile, nemluvíme vulgárně. Pokud nevládneme jazyk partnera, zajistíme si překladatele. Liší se i zvyklosti ohledně pozdravu. Při komunikaci si dáváme pozor na různá gesta, mají totiž v různých zemích různý význam.

Do **přípravy obchodní cesty** Smejkal a Schelová Bachrachová (2011) zahrnují:

- rozvahu, zda je cesta přínosná (efekty versus náklady),
- zkontrolování všech obchodních partnerů a dohodnutí termínu jednání (emailem, faxem, zpětné potvrzení), je vhodné oznámit téma jednání, popř. zaslat dopředu materiály,
- zabezpečení ubytování a dopravy, je ideální si předem rezervovat,
- cestovní výbavu volíme s ohledem na program, který nás čeká: při obchodní cestě je nezbytné alespoň jedno odpolední a jedno večerní oblečení. Nezapomínejte na cestovní pojištění.

Obchodní cesta

Na obchodní cestě záleží na prvním dojmu, kterým zapůsobíme. U obchodního jednání s partnerem, kterého známe jen z dopisů či telefonů, to platí obzvlášť. Naše celkové vystupování vzhledem k zahraničním partnerům bychom měli vést pod heslem „Já pán, ty pán“. Tedy nebyť ustrašení, nepodlézat, nekoukat na to, na čem můžeme ušetřit. Veškerou naši prezentaci na **obchodní cestě** bychom podle Smejkala a Schelové Bachrachové (2011) měli připravit z tohoto hlediska a způsobem odpovídajícím naší společenské úrovni (resp. společenské úrovni našeho partnera):

- sladit naše oblečení,
- dopravní prostředek a volbu ubytování,
- trávení volné času při pobytu.

Pracovní cesta

Špaček (2019) používá místo pojmu obchodní cesta pojem pracovní cesta. Tvrdí že pracovní cesta mimo sídlo firmy je pro manažera komplikací: musí nadále plnit všechny povinnosti, které vyplývají z funkce, ale ve ztížených podmínkách – nemá k dispozici svoji kancelář, asistentku, servis firmy, řeší problémy s internetovým připojením, s dochvilností při jednáních navzdory dopravním obtížím, musí se přizpůsobit hostitelskému prostředí. Je praktické aby měl manažer připraven seznam všech cestovních potřeb, které s sebou bere na cestu. Příklad univerzálního seznamu na cesty:

- cestovní pas, řidičský průkaz, doklady k vozidlu, zelená karta,
- platební karty, PINy, karta zdravotní pojišťovny, karta zdravotního pojištění,
- letemny, cestovní doklady, pojištění, vouchery, jízdenky, lodní lístky, valuty,
- vizitky,
- mobilní telefon, notebook, nabíječky, flešky, adaptéry na cizokrajné zásuvky,
- holící strojek, kulma, fén,
- šití, manikura, make-up,
- hygienické a kosmetické potřeby, osobní léky,
- obleky, kravaty, košile, opsek, manžetové knoflíčky, šaty, kostýmy, halenky,
- svetr, sportovní sako, sportovní kalhoty, trička, sukně, casual dress pro volný čas,
- pláště, šála, deštník, čepice, šátek,
- prádlo, ponožky, punčochy, kapesníky,
- plavky, pyžamo, sluneční brýle,
- bory, sportovní obuv,
- fotoaparát,
- nůž, vývrtka, dvojce klíče od auta,
- mapy a plány, slovník,
- tužka, blok, podklady pro jednání.



K ZAPAMATOVÁNÍ PŘÍPRAVA NA JEDNÁNÍ

Přípravu jednání můžeme rozdělit podle Gullové (2013, s. 24) a Brodského (2017) na:

- přípravu věcnou,
- přípravu organizační (včetně na ní navazující přípravy společenské).

Organizační stránka se skládá ze zajištění:

- místa jednání,
 - doby jednání,
 - počtu jednajících osob.
-

**Věcná pří-
prava**

Příprava věcná zahrnuje komplexní zajištění obsahu a témat k jednání včetně přípravy podkladů. Dle Brodského (2017) lze věcnou přípravu sepsat do několika bodů:

- o čem se bude jednat,
- sepsat scénář jednání,
- zajistit veškeré potřebné a dostupné materiály,
- pokud je to možné je vhodné sehnat životopisy hosta nebo spolujednajících osob,
- pokud není možné sehnat životopis, je dobré prověřit internet a sociální sítě, osoby prolustrovat a snažit se zjistit, s kým máte tu čest,
- vytýčit témata k rozhovoru,
- vytýčit témata, kterým se je nutné vyhnout,
- veškeré dosud známé informace o protistraně je třeba zaktualizovat nejpozději den před jednáním.

**Organi-
zační pří-
prava**

Organizační příprava zahrnuje přípravu všeho ostatního, co se vztahuje k jednání a jeho obsahu. Dle Brodského (2017) organizační příprava zahrnuje:

- každém jednání předchází objednání,
- objednání musí v organizaci probíhat pouze přes jedno jediné centrální místo (tj. funkce nebo pozice),
- kdy, kde a v kolik hodin proběhne jednání,
- je třeba znát místo jednání - jak se tam parkuje, kde je možné se upravit atd.,
- jak dlouho jednání asi/maximálně potrvá,
- doprava na místo jednání,
- doba příjezdu na místo,
- fyzicky očekává návštěvu 15 minut předem hostitel nebo pověřená osoba,
- jednání začíná hostitel,
- jednání končí hostitel, ovšem na základě signálu od hosta („myslím že jsme probrali vše“),
- hosta vyprovází hostitel nebo pověřená osoba.

K ZAPAMATOVÁNÍ SMALL TALKING – SHRUTÍ JEDNÁNÍ



Na začátku jednání se věnujeme pár minut tzv. **small talking** (Brodský, 2017) krátká společenská komunikace na neutrální téma která má navodit příjemnou atmosféru a umožnit vzájemné naladění se na stejnou vlnu. Na small talking se vyhněte tématům jako je počasí, hodnocení zaměstnanců nebo kolegů, náboženství, politika, politická témata, rodina, finance, sexualita.

Shrnutí jednání – na závěr jednání by měly přijít příjemné a shrnující věty, případně nenásilné sdělované fráze. Jednání by mělo končit po oboustranném odsouhlasení, že bylo řečeno vše, co řečeno být mělo. Jednání končí hostitel, ale na pokyn hosta.

Obchodní jednání pracovníka vyžaduje znalost a dodržování (Němčanský, 2011):

- a) všeobecných zásad obchodního jednání, aktuálních pro všechny pracovní činnosti a zařízení cestovního ruchu, podle kterých zákazník obvykle posuzuje nejen úroveň práce daného pracovníka, ale i celé firmy,
- b) pravidel obchodního jednání, tj. odborných zvyklostí, které se diferencují s ohledem na konkrétní podmínky pracoviště a vykonávání jednotlivých pracovních činností.

Stručný **návod, jak uspět při jednání**, zejména pracovním (Sedláček a Sedláček, 2001):

- stanovme si cíl,
- zvolme prostředky, se kterými k cíle dojdeme
- pokud organizujeme jednání, připravme co nejvhodnější podmínky,
- držme se tématu,
- jednání je dialog, dialog znamená, že pustíme k řeči i ostatní,
- neztotožňujeme předmět jednání s jednající osobou.



ÚKOL K ZAMYŠLENÍ

Uved'te příklady neúspěšných obchodních jednání a navrhněte řešení.

Pro jednání využíváme neutrální prostory, např. zasedací místnost. Hosta usazujeme vždy na výhodnější místo. Host nikdy nemá sedět naproti dveřím. Na jednání dáváme prostor pro mluvení i hostu/ům. Dbejme na dostatek světla a vzduchu v místnosti. Ze společenského hlediska se více cení pracovní večeře než pracovní oběd. Doba jednání obvykle navrhuje hostitelská strana, stejně tak navrhuje čas jednání. V Evropě nejčastěji dopoledne kolem 10 hodiny nebo odpoledne kolem 15-16 hodin. Nelze přepokládat, že jednání bude probíhat přes víkend nebo v období pracovního volna, o svátcích. Proto je nezbytné při jednání se zahraničními hosty nebo jednání v zahraničí brát ohled na místní zvyklosti. Podle Kachlíka (2000) vedle státních svátku se totiž slaví i svátky neoficiální, dnem pracovního klidu nemusí být všude neděle, svátky se někdy přesouvají nebo spojují, liší se doba velkých prázdnin a dovolených apod. Obchodní partneři v jedné zemi mohou být různých etnik či různé náboženské příslušnosti. Například dnem pracovního klidu je ve většině

zemí neděle, v Izraeli je to sobota. Také během dovolených v období velkých prázdnin je řada podniků uzavřená nebo pracují pouze několik hodin a jejich obchodní aktivita klesá.

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



Připravte pracovní jednání k představení výsledků projektu, který jste zpracovávali v rámci mezinárodního projektu.

Dary

Na celém světě je **výměna dárků** mezi partnery podle Gullové (2013) vnímána jako gesto sloužící budování přátelských vztahů, posilování vazeb mezi firmami, zeměmi, institucemi i jednotlivými osobami. Dary se často také zasílají a pak se k nim přikládá vizitka, při společném dárku vizitky. Vhodnými předměty jsou předměty mající vztah k naší zemi – především značkové tuzemské výrobky, které mají ve světě dobré jméno. Praxe ukazuje, že právě alkohol tvoří velkou část dárkových předmětů. U nově navazovaných kontaktů se podle Smejkal a Schelové Bachrachové (2011) neočekávají žádné dary a pozornosti, zatímco dlouhodobému obchodnímu partnerovi nebo jeho manželce můžeme přivést něco, co má rád, co je pro naši zemi typické. Pokud chceme obdarovat cizince je nejlepší vybrat dárky typické pro naši zemi jako jsou broušené sklo, růžový porcelán, perník, slivovice, pivo, suvenýry z vašeho měst apod. Dle Travel bible⁴⁸ máme 13 typicky českých dárků, které potěší v zahraničí:

5. obrázky Josefa Lady,
6. Švejk,
7. jedlé mince, nebo pamětní medaile,
8. tradiční kapesní nůž (česká rybička),
9. domácí perníčky,
10. sirky, ponožky nebo 3D přání s obrázkem Prahy,
11. moravské víno,
12. sušené houby,
13. knížka Václava Havla,
14. ježek v kleci,
15. porcelán,
16. kofola,
17. Pat a Mat.

Bagbag.cz⁴⁹ uvádí 15 tipů na typicky české dárky pro cizince:

1. pivo,
2. krteček
3. becherovka

⁴⁸ TRAVELBIBLE.CZ. [online] [vid. 11.12.2023]. Dostupné z <https://travelbible.cz/typicky-ceske-darkey-2/>

⁴⁹ BAGBAG.CZ. [online] [vid. 11.12.2023]. Dostupné z <https://bagbag.cz/typicky-ceske-darkey/>

4. český křišťál,
5. výběrová káva,
6. lázeňské oplatky,
7. merch vašeho města,
8. česká čokoláda,
9. tvarůžky (olomoucké syrečky),
10. české knihy v anglickém jazyce,
11. české sladkosti,
12. dřevěná hra české výroby,
13. česká přírodní kosmetika,
14. klasické české suvenýry (hrníček, magnetka, čepice, klíčenka, aj.),
15. domácí slivovice.

Důvodem k obdarování obchodního partnera je symbolicky projevit díky a uznání za dosavadní a úspěšnou spolupráci. Motivem k obdarování obchodního partnera by nemělo být poskytování prospěchu za účelem dosažení neoprávněných výhod v rámci obchodních vztahů. Jasně dané pravidlo pro nakládání s dary po stránce etické a po stránce etikety neexistuje. Existují pravidla pro předávání darů (Brodský, 2017):

- Dary se nedávají na prvním společném jednání.
- Dary se předávají v poslední třetině jednání.
- Dary musí být adekvátní typu jednání a jednajícím osobám.
- Není rozhodující cena daru, ale schopnost a snaha potěšit.
- Vhodné dary jsou charakterizující organizaci nebo zemi, případně lokální dary.
- Před předáním daru musí vždy proběhnout jeho kontrola, zda je v pořádku.
- Dary se totiž předávají rozbalené.
- První obdarovává host a hostitel na předaný dar pouze reaguje.
- Je třeba mít vždy nějaký dar v zásobě.
- Největší úspěch je pokud zjistíte, co má dotyčný rád.
- V případě zahraniční návštěvy nesmí být dar cizí výroby.

Obecně lze říci, že vzájemné obdarovávání je tím častější a hojnější, čím více jsou vztahy podpořeny osobními kontakty a vzájemnou důvěrou. V asijských, arabských a latinskoamerických zemích si nelze představit navázání spolupráce nebo podpis kontraktu bez výměny dražšího dárku a případné faux pas může mít i nepříjemný dopad na celkový výsledek jednání. Evropané jsou v tomto směru zdrženlivější, dárky nejsou nevyhnutelné a obvykle bývají skromnější, hrají však určitou roli.

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



Uved'te příklady darů, které byste vzali na služební cestu, pokud budete zaměstnanci nebo manažery firmy sídlící v Karlovarském kraji. Budou se dary lišit, pokud budete manažerem firmy se sídlem v Moravskoslezském kraji?

Může se zdát, že při jednání s jinými Evropany nás nečekají významné rozdíly v chování, všechny evropské země vykazují drobné kulturní odlišnosti, které mohou ovlivnit úspěch obchodního vyjednávání. Vnímání jednotlivých národů může být výrazně ovlivněno stereotypními představami o jejich typických představitelích. Kritizované charakteristiky jsou ironizovány v následujícím výčtu⁵⁰. V zemích severní a střední Evropy je zřejmá snaha o efektivní jednání, které předpokládá využití vymezeného času a důkladnou přípravu na jednání. Dochvilnost a přesnost v dodržování závazků je vyžadována zejména v severských zemích, v Nizozemsku, Německu a Belgii. Pozvolna se k tomuto postoji přidávají Španělsko a Portugalsko. Volnější přístup panuje v Řecku a jižních částech Itálie a Francie. Při oslovování se ustupuje od užívání titulů (kromě Itálie a Rakouska) a oslovuje se pane, paní v kombinaci se jménem. Je nezbytné si při pracovním jednání vyměnit si vizitky (Šroněk, 2001).

Hostitel podle Gullové (2013) zpravidla nabízí malé pohoštění. Jeho výběr zajišťuje sekretářka, která hosty také obslouží. V průběhu pracovního jednání se u nás až na výjimky nenabízí alkohol. K ukončení jednání dává podnět hostitel. Oblečení je vizitkou každého člověka ve styku s jinými a odpovídá jeho osobnímu vkusu, účelu, místu a době setkání.

Pohoštění

Dochvilnost je nejen výsada králů, ale povinností českého člověka. Od Středoevropanů se očekává, že se na jednání dostavíme včas. Pokud máme zpoždění, je potřebné hostiteli zavolat a omluvit se. Důvodem zpoždění nemůže být nefungující doprava, dopravní zácpa. V pracovním a obchodním styku přijímáme hosty ohlášené na určitou hodinu v pořadí, v jakém přicházejí. Přijmout osobu známou nebo významnější mimo poradí je nezdvorné vůči ostatním. Máme-li objednanou zahraniční návštěvu nebo významnější návštěvu, rezervujeme si vždy více času. Pokud host přijede autem, předem mu parkování zajistíme.

Dochvilnost

Jestliže odjíždíme na několikadenní služební cestu v tuzemsku či v zahraničí, skládáme oblečení a další potřeby do kufru. Cestování s tornou apod. v případě zahraničních cest je nepřijatelné. Při balení i při použití zavazadla je nutné přihlížet k tomu, že se hlavně při letecké dopravě, několikrát překládají. Na většině letišť jsou důkladné bezpečnostní prohlídky, při nichž se zavazadla prohlízejí i zevnitř a všechny obsah se někdy musí vybalit. Při několikadenních služebních cestách, ať v tuzemsku nebo v zahraničí, je vhodné mít se

⁵⁰ Být k dispozici - jako Belgičan. Být diskrétní - jak Dán. Být mnohomluvný - jako Fin. Řídit automobil - jako Francouz. Být střízlivý - jako Ir. Kontrolovat se - jako Ital. Být slavný - jako Lucemburčan. Mít smysl pro humor - jako Němec. Být štědrý - jako Holanďan. Být technicky zdatný - jako Portugalec. Být trpělivý - jako Rakušan. Být dobrým organizátorem - jako Řek. Být skromný - jako Španěl. Být přizpůsobivý - jako Švéd. Vařit - jako Brit.

sebou u mužů více jak jeden oblek, u žen vždy více druhů oblékání. Výměna košil je nezbytná denně minimálně z důvodů hygienických, pestrost oděvů u mužů by měl zvýšit větší počet druhů košil a zvláště vázanek. Pro přenos podkladových materiálů nutných k jednání používáme aktovky, kufříky, attaché. Přicházet na jednání s igelitovou nebo nákupní taškou je nevhodné. Ženy nosí buď obdobné tašky jako muži, nebo jim přizpůsobené větší kabelky (Němčanský, 2011, s. 13).

**Soukromá
cesta**

Při soukromé cestě či oddechové cestě máme daleko větší volnost, ale dobré naplánování (trasy, ubytování a dopravu) se nám určitě vyplatí. Před cestou do ciziny je velmi užitečné se seznámit s prostředím, přečíst si něco o počasí, vhodném oblečení, místních zvyklostech, měně apod. Není nic horšího se vydat v obleku do pralesa v Brazílii nebo na Kapverdy v obleku, stejně jako si nevízt deštník do Anglie. A hlavně je třeba se zamyslet kam a s kým jedeme. Nebo naopak, můžeme-li si vybrat, koho vezmeme s sebou tam, kam máme namířeno. Mějte na paměti, že společná dovolená, zejména ta první – je spolehlivou rozbuškou vztahu dvou lidí.

Jak se vyvarovat nepříjemnostem na cestách uvádí Smejkal a Schelová Bachrachová (2011, s. 350):

- dámy (ale i pánové), neustále si hlídejte kabelku. Zvláště v tlačnici ji noste vpředu a při nákupu ji neodkládejte do nákupního košíku,
- páni (ale i dámy) mobilní telefony nenoste viditelně připnuté na opasku u kalhot, nezavěšujte na opěradlo židle,
- v restauraci neodkládejte mobilní telefony na stůl, kabelku, tašku, kameru či fotoaparát nezavěšujte na opěradlo židle,
- pokud si pověsíte sako na opěradlo svojí židle, vyndejte všechny cenné věci z kapes a dejte je tam, kde je můžete mít pod stálou kontrolou,
- doklady noste vždy oddělené od finanční hotovosti a platebních karet,
- pokud cestujete autem, zamykejte ho i při sebekratší přestávce, na sedadlech nenechávejte cenné věci,
- pro případ krádeže si na cesty do ciziny vezměte kopii hlavní stran cestovního dokladu, popřípadě dalších dokumentů, jako je řidičský průkaz nebo zelená karta.

3.2 Dovolená, volný čas a sport

V rámci volného a pracovního času je vhodné si do plánu zařadit odreagování se, odpočinek a dovolenou. Krátkodobou možností relaxace je víkend. Vhodnější způsob relaxace je vícedenní dovolená, kdy můžete nechat starosti doma. Mnoho firem v průběhu července nebo srpna má celopodnikovou dovolenou. S dovolenou je spojeno cestování, doprava, ubytování. Zdálo by se, že dovolená představuje období, kdy můžeme zapomenout na pravidla etikety. Všude budeme ale podle Špačka (2010) mezi lidmi a ti si nás budou všímat, jak i my si budeme všímat jich. Například do přírody si muži oblékají plátěné kalhoty, tričko s límečkem, mokasíny a ženy kalhoty a halenku nebo tričko s rukávem.

K ZAPAMATOVÁNÍ VOLNÝ ČAS



Volný čas není světem sám pro sebe, který naslouchá výhradně vlastním zákonům. Naopak je důsledkem a současně částí průmyslově společenského systému, organizace člověka a moderní civilizace. Nepřipouští chápání, oddělené od svých příčinných určujících faktorů (Vážanský, 1993, s. 5).

Dělení volného času

Podle Vážanského (1993, s. 11) existují dva hlavní směry v chápání pojmu volný čas:

1. **negativní pojem volného času:** volný čas v tomto slova smyslu znamená zbývající dobu celkového denního průběhu, která zůstala po studijně nebo pracovním podmíněném čase, povinnostech v domácnosti a uspokojení základních biologických potřeb atd.,
2. **pozitivní pojem volného času:** volný čas je charakterizován jako volně disponibilní časový prostor, v němž by volný čas mohl pro jedince znamenat svobodu. Je také dobou, v níž se individuum může nezávisle na jakýchkoli povinnostech výhradně svobodně realizovat a dělat to či ono, k čemu jej ni-kdo nenutí a k čemu také není podvědomě nucen.

K ZAPAMATOVÁNÍ ASPEKTY VOLNÉHO ČASU



Pávková, Hájek a kol. (2002) spojuje s pojmem volný čas jak časové aspekty (pracovní doba), tak i obsahové (volnost).

Do **oblečení pro volný čas** patří podle Wolffové (2007) džíny, trička, cyklistické kalhoty, legíny, kraťasy, nátělníky, soupravy na běhání, cvičky, botasky, u žen průhledné halenky a tílka. Pro oblečení ve volném čase je typické praktické oblečení, muž třeba v košili nebo tričku a džínách, žena v kalhotách a tričku nebo mikině. Oblečení pro soukromí, rodinné chvíle je formální. Pokud se chceme ve volné chvíli nějak stylizovat, reprezentovat, je to otázka volby materiálů nedbalé elegance, jednoty stylu. Prostřednictvím těchto prvků můžeme docílit elegantního oblečení pro volný čas. Považujeme za naprosto nevhodné, aby se lidé mimo sportoviště oblékali do joggingových kompletů a nosili tenisky, či sportovní tepláky či šušťákovku. Je to světový trend a možná lze ustoupit opovrhování teniskami, a to v kombinaci s vhodným oblečením jako jsou džíny, plátáky, vesty a svetry, bundy (Smejkal a Schelová Bachrachová, 2011). Smejkal a Schelová Bachrachová uvádějí stejně jako Wolffová, že oblečení pro volný čas by mělo představovat kompromis mezi společenským a sportovním oblečením.

Oblečením pro volný čas nemyslíme dle Špačka (2019) vytahané tepláky, tričko a ošoupané sandále, ale oblečení, které je zbaveno formalizujících znaků a doplňků. Máme na mysli uvolněný oděv na procházku městem, do kina, do běžné restaurace. Měl by to být pohodlný, ale nezaměňujeme pohodlné oblečení za obnošené nebo takové, které patří do zcela jiného prostředí, třeba na sportovní stadion nebo do hospody. Umění zvolit oblečení přiměřené prostředí a společenské příležitosti patří k největšímu umění etikety odívání. Neformální oblečení se hodí pro „nižší“ formy společenských akcí, třeba pro malé divadlo, schůzku s kamarády, návštěvu kina. Dnes si muž může vzít džíny i na společenské akce nižšího formátu (ženy už dávno).



ÚKOL K ZAMYŠLENÍ

Uveďte příklady oblečení na mistrovství světa v ledním hokeji a příklady oblečení na výšlap na Lysou horu. Odpovědi porovnejte s ostatními studenty ve skupině.

Volba oblečení na dovolenou závisí na tom, kam míříme, kde budeme ubytováni a jaký program nás čeká. Někdy nedokážeme odhadnout, zda budeme společenské oblečení potřebovat. Podle Špačka (2019) budme připraveni na všechno. Do kufru sbalíme i lehké sako a kalhoty, společenskou košili a pro všechny případy i kravatu. Žena by měla mít připraveny letní krátké šaty pouzdrového nebo volného střihu, ale se zakrytými ramen. Dále se hodí tílko, úpletová halenka v oblíbené barvě, barevná trička s krátkým rukávem, jedny dlouhé kalhoty, capri nebo bermudy. Vhodná je hedvábná tunika, pestrobarevné šaty, sandály, tenisky, otevřené střevíčky. O volném čase si například do přírody muži oblékají plátěné kalhoty, tričko s límečkem, mokasíny a ženy kalhoty a halenku nebo tričko s rukávem Špaček (2010).



K ZAPAMATOVÁNÍ ZÁKLADNÍ PRAVIDLO VSTUPU DO VYBRANÝCH ZAŘÍZENÍH CESTOVNÍHO RUCHU

Pamatujeme na všeobecně platné pravidlo, že na večeri do restaurace i v hotelu, kde jsme ubytováni, vstupujeme jen v dlouhých kalhotách a košili nebo tričku s límečkem, ženy v šatech, dlouhých kalhotách nebo v sukni. Šortky, dámská trička s odhaleným břichem nebo dokonce plavky do restaurace nepatří. Nezáleží při tom, v které zemi dovolenou trávíme. Na snídani ještě můžeme do hotelové restaurace přijít v tričku bez límečku a v šortkách, ale u oběda si t už nedovolíme a večer se bezpodmínečně oblékneme společensky. (Špaček, 2019, s. 290).

Při cestě na dovolenou je důležité nejen dbát na vlastní bezpečnost a pohodlí, ale také respektovat potřeby a pohodlí ostatních. To zahrnuje vhodnou přípravu, etiketu v různých dopravních prostředcích a veřejných prostorech, stejně jako ohleduplnost a slušné chování ve všech situacích. Etiketa a správné chování přispívají k pozitivnímu cestovnímu zážitku pro všechny.

Před odjezdem

Co zařídit před odjezdem na dovolenou uvádí portál chovani.eu⁵¹:

- Cestovní pojištění, a to i v případě, že jedete jen na pár dní. Cena standardního základního pojištění na jeden den se pohybuje okolo 20 Kč.
- Důležité kontakty - vyhledejte si minimálně spojení na český konzulát a místní policii.
- Platnost pasu - zkontrolujte si platnost cestovních dokladů. Myslete na to, že na nový pas se čeká až 1 měsíc. Pokud cestujete s pasem, zkontrolujte i platnost víz.
- Nezapomeňte na pravidelné léky a udělejte si malou lékárníčku, kam přidejte náplasti, obvaz, léky na bolest, horečku a průjmy. Nezapomeňte na kompenzační pomůcky, pokud je používáte. Zvláště při cestování letadlem mimo EU, budete potřebovat lékařské potvrzení o svém onemocnění a užívaných lécích.
- Očkování - zjistěte si, zda v dané zemi je zapotřebí očkování (radu vám poskytne CK nebo váš ošetřující lékař).
- Vezměte si mapu a slovníček alespoň česko – anglický, nebo pár základních frází
- Vyměňte si peníze a vezměte si jich dostatek i sebou, popř. kreditní kartu. Peníze si uschovejte do kufru na několik míst. Prevence před krádeží všech vašich peněz.
- Detaily - informujte se na meteorologických webech o počasí a podle toho přizpůsobte svůj cestovní šatník.
- Vezměte si něco na zahánění nudy např. karty, časopisy, knihu, křížovky, sudoku, MP3/MP4.
- Než odjedete na dovolenou, zkontrolujte zavřená okna v bytě, a alespoň dvakrát zkontrolujte zamknutí dveří. Odpojte spotřebiče z elektřiny.
- Klíče od bytu svěťte důvěryhodné osobě.

3.3 Cestujeme různými dopravními prostředky

Na cesty se můžeme vypravit různými dopravními prostředky počínaje autobusem, autem, letadlem, lodí apod. Podle Špačka (2019) i Němčanského (2011, s. 9) do vlaku, autobusu, tramvaje, metra nastupuje nejdřív žena, protože nastupování bývá často spojeno s chůzí do schodů. Muž nese zavazadlo a ženě poskytuje oporu. Ve vlaku nebo autobuse by měla žena nechat muže předejít, aby ji provedl uličkou, vyhledal místo a usadil ji. Při

⁵¹ CHOVÁNÍEU.CZ, 2018. *Co zařídit před odjezdem na dovolenou*. [online] [vid. 12.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/co-zaridit-pred-odjezdem-na-dovolenou/c890>

vystupování z vlaku, autobusu, tramvaje či metra muž vystupuje jako první (obvykle přitom sestupuje ze schodů). Jakmile sestoupí na zem, otočí se a nabídne ženě oporu.

ZÁSADY SLUŠNÉHO CHOVÁNÍ VE VYBRANÝCH DOPRAVNÍCH PROSTŘEDCÍCH

Autobus

Při cestování **dálkovým autobusem** bývá dobrým zvykem pozdravit řidiče při nastupování i vystupování. Cestující zdravíme při vstupu do kupé ve vlaku (samozřejmě i při vystupování), v letadle zdravíme letušku, která na palubě letadla představuje hostitelku. Je-li v ceně letenky občerstvení, opět jako všude nezapomeneme letušce poděkovat. Nejsme-li si jisti, zeptáme se letušky. Hezkým zvykem, který bychom měli vědomě pěstovat, stejně jako všechny projevy dobrých vztahů mezi lidmi, je doprovázení blízké osoby na delší cestu. Ten, kdo je doprovázen, se má svému doprovodu věnovat, doprovázející by měl svou pozornost dovršit drobným dárkem na cestu (zábavný časopis, pomeranč, čokoláda apod.)⁵². Pokud sami patříte k těm, kterým zdravotní stav nedovolí příliš dlouho stát, nebojte se někoho ze sedících spolucestujících požádat o uvolnění místa. Rozhodně není na místě remcání o „té dnešní mládeži“, spíše opět platí pravidlo „líná huba, hotové neštěstí“. Podle Špačka (2005), Mathé a Špačka (2005) i v dopravních prostředcích mají přednost ti, kteří vycházejí ven, před těmi, kteří vcházejí dovnitř. Batoh sundáme raději venku a žádná zavazadla nepokládáme na sedadla. Během jízdy nepořádáme piknik, svačíme velmi decentně. Ve vlaku, autobuse, tedy všude, kde se cestuje s ostatními lidmi je nepřístojné „udělat si pohodlí“, jaké si můžeme dovolit doma. Notebooky by měly sloužit k práci, ne k zábavě a každý je vybaven sluchátky, proto je nutné je používat. Za jízdy totiž není vhodné rušit ostatní cestující.

Auto

V soukromém autě je nutností respektovat základní pravidlo, že rozhodující osobou je řidič. Má zodpovědnost za všechny ostatní spolujezdce a je třeba umožnit mu, aby se mohl plně soustředit na řízení. Je nepřijatelné zapálit si bez výslovného řidičova svolení. Není vhodné vést za jeho zády hlasitou konverzaci, rozptylovat jeho pozornost různými dotazy, řešit s ním vážné problémy. V autě je nejvýhodnější, a proto také nejčestnější, místo vpravo vzadu. Další je místo za řidičem. Nejnehodnější a výjimečně používané je místo vzadu uprostřed. Nejnebezpečnější místo z hlediska případné nehody je sedadlo vedle řidiče. Dozadu vždy usedají různé oficiální osobnosti, mělo by to být i místo pro účastníky služebních cest. Rozhodně není chybou, zvolíte-li si toto místo sám (neboť taxikář vám ho patrně nabídnou) a v každém případě si sedáte dozadu, jedete-li s dámou. Tehdy je možné, aby si žena sedla na zadním sedadle vlevo a muž vpravo. Muž má tak možnost pomoci ženě při nastupování a vystupování, postarat se o její zavazadla, otevřít a zavřít dveře. Nejen nevhodné, ale přímo nebezpečné jsou jakékoliv rady a kritika způsobu jízdy⁵³. Podle Špačka (2005) by měl být pořádek uvnitř vozu samozřejmostí. Když někoho vezeme, jako bychom ho pozvali na návštěvu. Slušný řidič negestikuluje a nenadává. Pořadí významnosti sedadel dle Špačka (2019) ve voze řízeném řidičem je následující: 1. vpravo vzadu, 2. vlevo vzadu,

⁵² CESTOVÁNÍ. EU, 2018. *V dopravních prostředcích*. [online] [vid. 12.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/v-dopravnich-prostredcich/c59>

⁵³ CESTOVÁNÍ. EU, 2018. *V dopravních prostředcích*. [online] [vid. 12. 2. 2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/v-dopravnich-prostredcich/c59>

3.vpravo vpředu, 4. uprostřed vzadu. Pokud řídíme sami, rozhodujeme se podle významu hosta, kterého vezeme: buď je velmi významný a pak ho usadíme doprava dozadu nebo jde o méně významného pasažéra a pak je možné ho usadit vedle sebe na pravé přední sedadlo. Vždy se raději zeptáme, kde by chtěl host sedět – třeba dává přednost přednímu sedadlu, protože se mu vzadu dělá nevolno.

Hromadná doprava

Ve městech jsme zvyklí na **prostředky veřejné hromadné dopravy**, kde z názvu vyplývá, že necestujeme sami. Platí zde pravidla pro vstup do dveří – nikdy se netlačíme, nepředbíláme, přednost mají ti, co vystupují před nastupujícími. V případě zavazadel manipulujeme opatrně, batoh si sundáme ještě před nástupem do autobusu a neseme si ho před sebou. Nepokládejte žádná zavazadla na sedadla. V případě nástupu s kočárkem pomáháme maminkám při nastupování. U dálkových autobusů se takhle velká zavazadla ukládají do zavazadlového prostoru. Starší osobě uvolníme svoje místo. Při cestování s dětmi klademe důraz na to, aby neobtěžovaly ostatní cestující. Snažíme se zabavit. Pokud se chystáte svačit, tak velmi decentně. Neobtěžujte ostatní cestující svým chrápáním. Nečtěte nikomu nic přes rameno. Neobtěžujte ostatní cestující hrou na hudební nástroje a hlasitou hudbou. V žádném případě není dopravní prostředek vhodný pro intimní chvíli⁵⁴. Podle Špačka (2005) všichni pomáháme maminkám při nastupování s kočárkem, autobus není vhodné místo jako kosmetický salón. Nečteme nikomu přes rameno. Nic nevyhazujeme z oken. Přednost při obsazování sedadel mají dle Špačka (2019) ženy, zvláště matky s dítětem, starší a handicapovaní. Během jízdy se nechováme hlučně, nevyprávíme si důvěrnosti ze včerejšího večírku a neřešíme partnerské, rodinné nebo pracovní problémy. Nemůžeme svým telefonickým hovorem bavit celý trolejbus, tramvaj ani autobus.

Hudba

Hlasitá hudba, telefonní hovor nebo běžný rozhovor – je jedno, zda jste fanoušky heavy-metalu nebo techna – tak či tak si můžete být jistí, že o vaši hudební produkci nemá nikdo ze spolucestujících zájem. Málokdo však ví, že v závislosti na dopravci jde o porušování přepravních podmínek, za které může být uložena pokuta. Pokud tedy dotčným nestačí upozornění, je možné na takové chování upozornit odpovědnou osobu⁵⁵.

Zavazadla a zvířata

Cestování s rozměrnými zavazadly a zvířaty – **zavazadla** by měla být uložena tak, aby nepřekážela, a především neohrožovala bezpečnost cestujících. Jistě je rozumné se, zvláště v případě objemnějších zavazadel, ostatních cestujících zeptat, zda jim nevadí. Podobně je to i se zvířaty. Přestože nám náš čtyřnohý miláček přijde jako nejmírumilovnější tvor pod sluncem, ostatní mohou mít jiný názor. Pamatujme také na to, že lidé trpí různými fobiami, a tak je například při cestování ve společném kupé vhodné se zeptat, zda ostatním není vaše zvíře na obtíž⁵⁶.

⁵⁴ CESTOVÁNÍ. EU, 2018. *V autobuse a v letadle*. [online] [vid. 12. 2. 2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/v-autobuse-a-v-letadle/c920>

⁵⁵ ZÁSADY.CZ, 2018. *Zásady slušného chování v dopravních prostředcích*. [online] [vid. 12. 2. 2018]. Dostupné z <http://www.zasady.cz/zasady-slusneho-chovani-v-dopravnich-prostredcich/>

⁵⁶ ZÁSADY.CZ, 2018. *Zásady slušného chování v dopravních prostředcích*. [online] [vid. 12. 2. 2018]. Dostupné z <http://www.zasady.cz/zasady-slusneho-chovani-v-dopravnich-prostredcich/>

Letadlo

Na palubě letadla – spící spolusedící, který vám blokuje cestu do uličky – pokud někam opravdu nutně potřebujete, prostě ho proberte a slušně požádejte, ať vás pustí. Pokud je vám to nepříjemné, poproste o pomoc letušku. Upovídaný spolusedící – nechte ho chvíli mluvit a pak řekněte něco jako „diskuze s vámi je skvělá, ale teď bych si pár minut rád četl“. Případně si také můžete nasadit sluchátka a dát tak najevo, že rozhovor skončil. Dítě kopající do sedadla – zde se doporučuje trpělivost. Pokud to ale už opravdu nejde vydržet, zdvořile se zeptejte jeho rodičů, zda by vám s tímto problémem nemohli pomoci. Opilý spolucestující – v podstatě to jediné, co můžete udělat, je upozornit na něj letušku. Velká fronta při nástupu či výstupu a lidé, kteří s oblibou předbíhají – prostě si vyberte místo a trpělivě čekejte. Rozhodně se nesnažte nějak organizovat ostatní.

Jachta

Na moři – jachtaři doporučují, aby se posádka během plavby příliš nepohybovala po palubě. Neměla by zbytečně stát. V ideálním případě tak všichni sedí, pracují nebo odpočívají v kajutě. Tento zvyk přetrval z dřívějších záznamů, kdy posádka neměla překážet kormidelníkovi ve výhledu na kurs a loď. Dnes je důležitá hlavně bezpečnost cestujících – při pohybu na palubě během plavby totiž hrozí ztráta rovnováhy a následně pád přes palubu. Z dalekých plaveb pak pochází zvyk nemáčet si ruce a nohy ve vodě, pokud je loď v pohybu. To souvisí především s ochranou proti živočichům, které se pod vodou nacházejí. Jednak tak můžete narazit na žraloka nebo na menší, ale stejně zákeřné živočichy, jejichž žahavá vlákna jsou až patnáct centimetrů dlouhá. Posádka by během plavby měla dávat pozor na lana a fendry, které by neměly být namočené ve vodě⁵⁷.

přístav

Příjezd do přístavu – i když si během plavby neděláte hlavu z toho, jak to na lodi vypadá, příjezdem do přístavu se dostáváte na oči těm, kteří velmi dobře rozumí svému řemeslu. Námořníci, rybáři i další jachtaři sledují z břehů každý manévr připlouvající lodi a vyhodnocují ho. Stejně jako posádku. Nezapomeňte mít palubu uspořádanou, smotaná lana, záplety, sbalené plachty, to vše je v tomto případě samozřejmost. Pokud přijedete do přístavu, kde jsou lodě vyvázané bokem na sebe i v několika řadách, nesmíte zabraňovat lidem ze sousedních posádek, aby přešli přes palubu na břeh. Když jste vy těmi, kteří potřebují přejít, vždy buďte milí a slušní. Jakmile vidíte, že někdo další potřebuje pomoc při připlouvání k břehu, pomozte. Pomozte loď podržet, chyťte lano, když je potřeba. Vyvažte svou loď k druhé, pokud možno tak, aby byla vaše před u jejího kokpitu. Jestliže máte v úmyslu opustit přístaviště brzy ráno, domluvte se předem se sousedy a převažte loď více na kraj⁵⁸.

Příklady nevhodného chování při cestování letadlem. Na palubě letadla je velmi nevhodné, když cestující:

- odmítá nasadit si bezpečnostní pásy během vzletu a přistání,
- ignoruje pokyny letušek,
- agresivně se domáhá nadměrného množství alkoholu.

⁵⁷ NAPALUBU.CZ, 2018. *Jak se chovat na palubě lodi?* [online] [vid. 12.2.2018]. Dostupné z <http://www.napalubu.cz/plavba/technika-plavby/jak-se-chovat-na-palube-lodi-1.aspx>

⁵⁸ NAPALUBU.CZ, 2018. *Jak se chovat na palubě lodi?* [online] [vid. 12.2.2018]. Dostupné z <http://www.napalubu.cz/plavba/technika-plavby/jak-se-chovat-na-palube-lodi-1.aspx>

Příklady nevhodného chování při cestování dálkovým autobusem. V dálkovém autobusu cestující:

- způsobuje nepříjemnosti rozkládáním sedadel bez ohledu na cestujícího sedícího za ním,
- hlasitě telefonuje,
- poslouchá hlasitě filmy a videa,
- konzumuje například tvarůžky nebo obdobná jídla, která obtěžují ostatní cestující.

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



Uveďte konkrétní příklady nevhodného chování v rámci cestování letadlem a dálkovým autobusem. Svě odpovědi porovnejte s ostatními studenty ve skupině.

SPORT

Kodex sportovní etiky

Existuje několik dokumentů, které popisují etická pravidla ve sportu. Mezi stěžejní patří Olympijská charta, Kodex sportovní etiky a Antidopingový kodex. Kodex sportovní etiky je listina vydaná Radou Evropy závazná pro všechny evropské země. Olympijská charta a Antidopingový kodex mají mezinárodní platnost. Zdůvodnění pravidel je jak v Olympijské chartě, tak v Kodexu sportovní etiky založeno na chápání sportu jako činnosti prospěšné pro společnost. Sport by měl podporovat přátelství mezi národy, přispívat k vytvoření mírovějšího a lepšího světa a vychovávat prostřednictvím sportu mládež. Aby mohl sport plnit tyto požadavky, vznikl koncept fair-play. Etický kodex mezinárodního olympijského výboru, viz https://www.olympijskytym.cz/files/documents/c815_eticky-kodex-mov.pdf.

Oficiálně platný dokument zastřešující etiku ve sportu je Kodex sportovní etiky⁵⁹ (Kodex byl poprvé přijat v roce 2003 na konferenci WADA v Kodani) – listina upravující pravidla práce (aktivit) v rámci různých organizací, popřípadě profesí (etický kodex lékařů, novinářů atd.). Kodex sportovní etiky je společný pro všechny evropské země a klade nejvyšší důraz na princip fair-play. Z opakovaného zdůrazňování tohoto principu v kodexu vyplývá jeho role jako základního stavebního kamene sportovní etiky. Kodex je uveden heslem „Kdo hraje čestně, je vždy vítězem“. Poskytuje pevný etický rámec pro to, aby se dalo čelit tlakům moderní společnosti, takovým tlakům, které ohrožují tradiční základy sportu spočívající na fair-play, sportovním duchu a dobrovolnosti. Klade důraz na nutnost posílení fair-play a poskytuje definici tohoto slovního spojení: „Fair-play znamená mnohem více než jen pouhé respektování pravidel, je to způsob myšlení, nikoliv pouze chování,

⁵⁹ https://www.zdarns.cz/media/files/grantove-programy/kodex_sportovni_etiky.pdf

... zahrnuje problematiku boje proti podvádění, umění působit lstí i při respektování pravidel, dopingu, násilí, nečestným výhodám, nerovnosti šancí, nadměrné komercializaci a korupci.

Etický kodex Národní sportovní agentury – jeho účelem je upravit a podporovat dodržování žádoucích standardů chování zaměstnanců ve vztahu k veřejnosti a spolupracovníkům s cílem zvyšovat důvěru veřejnosti ve státní správu a sport. Agentura se tímto hlásí rovněž k dodržování 10 principů dobré správy přijatým veřejným ochráncem práv, které tvoří významný pilíř pro řádný výkon veřejné správy.



ÚKOL K ZAMYŠLENÍ

Uveďte konkrétní příklady chování v rámci sportovního utkání. Své odpovědi porovnejte s ostatními studenty ve skupině.

ETIKETA PRO ŘIDIČE

Řidičská
etiketa

Koncept řidičské etikety⁶⁰ spontánně vznikl už v raném 19. století, kdy se na silnicích ještě pohybovaly zejména vozy a spřežení tažené koňmi. O století později se řidičský bonton vyvinul spolu s technologiemi a přizpůsobil se prostředí, zvykům a potřebám řidičů v různých zemích. Některá z pravidel jsou však nadčasová a univerzální. Pokud dle nich budete jednat a řídit i dnes, neprohloupíte, a naopak na silnici uděláte dojem. Zde jsou některé z nich:

1. Gentleman nepřejíždí z pruhu do pruhu v pomalu se pohybující dopravě. Buďte solidární, ostatní se chtějí dostat do cíle stejně jako vy.
2. Předjíždění vždy přináší uspokojení, nebuďte však agresivní. Předjížděnému řidiči zlehka mávněte a tím mu poděkujte.
3. Gentleman přebírá zodpovědnost za své činy. Pokud při řízení uděláte chybu, například poškrábete na parkovišti někomu zrcátko, neutíkejte od problému obrazně a už vůbec ne doslovně. Omluvte se, domluvte se na vhodném řešení, případně kompenzaci.
4. Žádný milovník vozidel, zejména těch klasických s choulostivým interiérem, by si nedovolil kouřit v autě, a už vůbec ne v přítomnosti pasažérů. Kouření je vhodné pouze v kabrioletu se staženou střechou.
5. Gentleman vypíná dálková světla s dostatečným předstihem tak, aby neoslepil a neohrozil protijedoucí vozidla. Zazařte raději vzájemným respektem a citem pro bezpečnost.

⁶⁰ HAKOVÁ, P., 2921. Etiketa pro řidiče: Jak být gentlemanem i na silnici. [online] [vid. 12.11.2023]. Dostupné z <https://www.esmond.cz/etiketa-pro-ridice-jak-byt-gentleman-i-na-silnici/>

6. Gentleman ví jak okolo sebe vytvořit klidnou a příjemnou atmosféru i v autě. Ke svým spolupasažérům se chová zdvořile a konverzuje. Pokud se chce soustředit pouze na jízdu, je lepší, aby na silnici vyrazil sám.
7. Umění ohleduplného řízení a dobré znalosti silničního provozu vyžaduje také to, abyste při jízdě nezabírali střed vozovky, udržujte vůz ve svém jízdním pruhu a vyhněte se nepříjemnostem.
8. Gentleman řídí jen a pouze za střízliva. Toto pravidlo snad ani nemusíme zdůrazňovat. Řízením pod vlivem alkoholu nebo omamných látek ohrožuje nejen sebe, ale také okolí.
9. Před tím, než gentleman vyrazí na cestu, zapne si pás a zkontroluje, zda i ostatní pasažéři mají pás zapnutý. Nastaví si také zrcátka a zapne denní světla.
10. Gentleman přijíždějícím vozidlům vždy umožní zařadit se do pomalu se pohybující dopravy.
11. Opravdový gentleman nikdy nikdy nepouští hlasitou muziku se staženými okénky. Nikdy. Jde o projev nevyzrálosti, který obtěžuje okolí.
12. Pravý gentleman otevře při nástupu do vozidla dáme dveře a podá jí pomocnou ruku také při vystupování. V dnešní době vzácný ovšem příjemný zvyk, který byl ještě před dvěma stoletími při vystupování z vozu normou.
13. Interiér vozidla má gentleman vždy čistý. Vyleštěná palubní deska, žádné povalující se papíry v přihrádkách nebo na sedadlech, žádné chlupy, špína, ani drobky.
14. Gentleman při parkování nestojí na čáře, neparkuje šikmo, jednoduše nezabírá více než jedno parkovací místo. V žádném případě neparkuje na místech určených pro vozíčkáře. Snaží se být ohleduplný a nezastavuje na místech, kde by mohl způsobit omezení dopravy.
15. Gentleman má své vozidlo vždy v perfektním technickém stavu. Nevynechává žádné kontroly a dokumenty k vozidlu má v přehledně připravené v pouzdře.

K řidičské etiketě dodáváme:

- Gentleman na silnici respektuje nejen rychlostní limity a pravidla, ale rovněž aktivně predikuje chování ostatních účastníků provozu.
- Gentleman se přizpůsobuje tomu, aby zajistil bezpečnost všech.
- Gentleman také nezanechává vozidlo zaparkované na místech pro nabíjení elektromobilů, pokud nenabíjí.
- Gentleman respektuje prioritní parkování pro postižené a rodiny s dětmi.
- Gentleman nepoužívá mobilní telefon během řízení bez handsfree zařízení.

BĚŽECKÁ ETIKETA

Běžecká etiketa

Běžecká etiketa⁶¹ - etiketa, ohleduplnost, dodržování nepsaných pravidel. I toto by mělo patřit do běžcova povědomí. Nejde jen o kilometry a čas. Chování ve společnosti běžců, když jste na jedné trati, když se potkáváte, má své zásady. Nejde o nic převratného, ale do slušné běžecké společnosti to prostě patří. A pokud si nebudete vědět rady, držte se tří slov – použijte zdravý rozum. Chodník je hlavně pro chodce, zkuste se jako běžci držet na straně, žádné kličkování, předejete možným kolizím, které budou nepříjemné hlavně pro chodce. Při běhání ve městě se někdy nevyhnete přebíhání silnice, zkuste využít zebru. Vyběhnout do silnice mimo přechod, když to řidič na silnici neočekává, může být nebezpečné pro obě strany. Běžíte v davu, není místo pro vlastní tempo, nejde předbíhat, vznikl by chaos, strkanice. Navíc může jít o stezku sdílenou s cyklisty a milovníky in-line bruslí. V takovém případě vám nezbude nic jiného než se držet s davem. Nikdy nejste na trati sami, i když to nevypadá. Proto pokud máte potřebu běhat vedle sebe, maximum by měly být dvě osoby. Buď parťákem – občas se stane každému, že trénink nevyjde, tempo uvadá a vy druhého zdržujete. Co teď? Pláchnout a odjet si svoji tréninkovou dávku? Ne. Povolte taky, pomozte, nabídněte vodu, udělejte pauzu. Možná váš trénink a čas pro tentokrát nebude nejlepší, ale příště se nemusí dařit vám, budete rádi za pomoc druhého. Ahoj a palec nahoru – **někdy** svoji roli hraje i stud, díváte se mimo, nechcete oční kontakt, ale uvidíte, že tohle za chvíli zmizí. Tady se vykání nenosí. Běžíte, vidíte proti sobě běžce, míváte se, oba řeknete ahoj, případně si rukou mávnete, dáte palec nahoru, usmějete se.

Běžec by měl vždy signalizovat svůj úmysl předběhnout jiného běžce nebo chodce, aby předešel kolizím. Toto lze udělat verbálně nebo jednoduše předjet na straně, kde je dostatek prostoru. Pokud jde o běh skupin, je během nich důležité dodržovat tempo skupiny a nevytvářet tlak na pomalejší běžce, aby zrychlili, což by mohlo vést k přetížení nebo i zranění.



ÚKOL K ZAMYŠLENÍ

Uveďte příklady z praxe, jaké oblečení a další potřebné věci si s sebou vezmete na zimní dovolenou do Beskyd, co bude součástí její přípravy? Jak se bude lišit příprava na dovolenou do vybrané oblasti například do Itálie? Odpovědi konfrontujte se studenty na semináři.



OTÁZKY

1. Je vhodné při cestování dálkovým autobusem pozdravit řidiče při nastupování i vystupování?
2. Nejčestnější místo v autě je vpravo vzadu?

⁶¹ KALOUS, L., 2017. *Běžecká etiketa. Nebuďte jako stádo, hlavní je zdravý rozum*. [online] [vid. 12.2.2018]. Dostupné z <https://www.sport.cz/behani/ladime/clanek/752372-bezecka-etiketa-nebudte-jako-stado-hlavni-je-zdravy-rozum.html>

3. Small talking je krátká společenská komunikace na neutrální téma na konci jednání.
4. Oblečení na obchodní cestě je vizitkou každého člověka.
5. Oblečení pro volný čas je shodné s oblečením do kina.
6. Nejčestnější místo v autě řízeném řidičem je vpravo vzadu.
7. Do autobusu nastupuje vždy první žena.
8. Pokud porušíme dopravcem stanovené přepravní podmínky, může nám být uložena pokuta?
9. Je zákonnou povinností před odjezdem na dovolenou se pojistit a očkovat?
10. Patří do univerzálního seznamu na pracovní cestu vizitky?
11. Je vhodné si před cestováním zkontrolovat aktuální dopravní informace a stav silnic či letových spojů?

ODPOVĚDI



1. ano, 2. ano, 3. ne 4. ano, 5. ne, 6. ano, 7. ano, 8 ano, 9. ne, 10 ano, 11 ano.

SHRNUTÍ KAPITOLY



Čas se obvykle dělí na čas práce a volný čas. Jestli budeme uskutečňovat soukromou nebo obchodní cestu, je vhodné předem plánovat. Při plánování cesty musíme počítat s kulturními odlišnostmi navštíveného regionu, země. Na obchodní cestu bychom se měli připravit způsobem odpovídajícím naší společenské úrovni, resp. společenské úrovni našeho partnera, tzn. sladit naše oblečení, dopravní prostředek a volbu ubytování, trávení volné času při pobytu. Přípravu jednání členíme na věcnou a organizační, včetně na ní navazující přípravy společenské. Organizační přípravu tvoří zajištění místa jednání, doby jednání a počtu jednajících osob. Oblečení na obchodní cestě je vizitkou každého člověka ve styku s jinými a odpovídá jeho osobnímu vkusu, účelu, místu a době setkání. Existuje univerzální seznam na cesty. Při soukromé cestě máme větší volnost, také plánujeme, tzn. plánování trasy, ubytování a dopravy.

Volný čas není světem sám pro sebe, je důsledkem a současně částí průmyslově společenského systému, organizace člověka a moderní civilizace. Autoři uvádějí dvojí chápání pojmu volný čas: pozitivní pojem volného času a negativní pojem volného času. Oblečení pro volný čas by mělo být kompromisem mezi společenským a sportovním oblečením. Do oblečení pro volný čas patří například džíny, trička, cyklistické kalhoty, legíny, kratšasy, nátělníky, soupravy na běhání, cvičky, botasky, u žen průhledné halenky a tílka. Pro oblečení ve volném čase je typické praktické oblečení, muž třeba v košili nebo tričku a džínách, žena v kalhotách a tričku nebo mikině.

Při cestě na dovolenou je potřeba dbát určitých zásad, například obstarat si cestovní pojištění, zapsat si důležité kontakty, ověřit platnost pasu, vzít s sebou pravidelné léky a léky pro případ bolesti, horečky, průjmu, zajistit si předem potřebné očkování, vzít mapu a slovníček peníze a kreditní kartu, informovat se o počasí, vzít si něco na zahánění nudy, klíče od bytu svěřte důvěryhodné osobě. Cestovat můžeme různými dopravními prostředky. Pro cestování dopravními prostředky platí zásady slušného chování, například: většinou nastupuje první žena, snažíme se vyvarovat hlasité hudby, chrápání, nečteme noviny přes rameno apod.

4. V ZAMĚSTNÁNÍ

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



V kapitole zabývající se problematikou zaměstnání a etikety se budeme věnovat ucházení se o zaměstnání, chování v zaměstnání. Dále bude popsáno jednání a chování nadřízeného pracovníka, model SCARF, formální a neformální komunikace se zaměstnanci, charakterizován bude time management, který se v podniku uplatňuje. Kapitola je ukončena popisem pracovního kolektivu.

CÍLE KAPITOLY



Konkrétní výčet schopností, dovedností, kompetencí, které by měl student po prostudování kapitoly ovládat nebo dosáhnout:

- specifikovat postup při ucházení se o zaměstnání,
- popsat chování, jednání v práci,
- charakterizovat chování a jednání vedoucího pracovníka,
- popsat model SCARF,
- popsat verbální a neverbální komunikaci se zaměstnanci,
- zdůvodnit, proč uplatňovat etický kodex,
- charakterizovat time management,
- vyjmenovat žrouty času (zloděje času),
- vyjmenovat odlišnosti v chování pracovního kolektivu.

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Ucházíme se o zaměstnání, hledání inzerovaných volných pracovních míst, kontaktů a adres; hledání neinzerovaných volných pracovních míst kontaktem potenciálního zaměstnavatele; formální strategie hledání zaměstnání, neformální strategie hledání zaměstnání, chování v zaměstnání, vedoucí pracovník, model SCARF, time management, žrouti času, teambuilding, pracovní kolektiv.

Etiketa v pracovním prostředí se týká profesionálního chování, komunikace a vzájemných vztahů mezi kolegy. Dodržování pravidel etikety v pracovním procesu může podporovat spolupráci a vytvářet pozitivní pracovní prostředí.

4.1 Ucházíme se o zaměstnání

Podle Národního ústavu pro vzdělávání⁶² je přechod absolventů do praxe významnou životní křižovatkou, jehož úspěšnost závisí na řadě faktorů. Kromě aktuální situace na trhu práce hraje podstatnou roli při vstupu na trh práce i absolvovaná vzdělávací cesta, zejména získaná úroveň vzdělání a obor. Rozhodování o vzdělávací dráze tak významně ovlivňuje budoucí možnost uplatnění na trhu práce, úroveň finančního ohodnocení, často i celkovou životní úroveň a sociální status. Z tohoto důvodu je potřeba věnovat jak samotnému přechodovému procesu, tak i předcházejícím rozhodnutím o volbě vzdělávací dráhy významnou pozornost. Ukazuje se, že volba oboru i typu školy v mnoha případech neodpovídá studijním možnostem a zájmovému zaměření žáka. Důsledkem je osobní nespokojenost, snaha odejít z vystudované profese a najít si pracovní uplatnění v jiném oboru. Podmínkou úspěšného vstupu na trh práce je i dobrá připravenost pro výkon profese a odpovídající úroveň získaných dovedností a znalostí. Vzhledem k problémům, které s přechodem absolventů na trh práce souvisí, jako jsou obtíže s uplatněním, vyšší míra nezaměstnanosti, nespokojenost s vystudovaným oborem nebo získaným vzděláním i odliv absolventů z původní profese, je přechod absolventů podstatným tématem řady šetření.

První zaměstnání

Pro úspěch při nástupu do zaměstnání není ani tak důležitá noha, kterou do nového zaměstnání vstoupí, ale vědomosti, vystupování i vzhled absolventa. Vstup do prvního zaměstnání není jen výraznou změnou životního rytmu, ale hlavně zkouškou odborné a lidské schopnosti přizpůsobit se novému sociálnímu prostředí. Přechod do týmu spojeného složitými mezilidskými vztahy a namíchaného obvykle z lidí různého věku i vzdělání, je zkouškou přizpůsobivosti. To, že byl ve škole člověk hvězdou a spolužáky uznávanou autoritou, a jiný naopak outsiderem, s kterým nikdo nechtěl kamarádit, nemusí v pracovním kolektivu platit. Už proto, že v zaměstnání se potkávají příslušníci různých generací, zájmů a názorů a při plnění pracovních úkolů jsou nuceni spolu komunikovat a vytvářet pracovní tým. A to i přesto, že jim na první pohled kolegové nemusí být sympatičtí. Nástup do práce není jenom změnou životního rytmu, ale také alespoň částečně i stylu života. Doporučovala bych absolventům, aby pečovali o svůj zevnějšek, nástup do zaměstnání žádá většinou i částečnou změnu šatníku, s jednou sukni už většinou dívky nevystačí a uvolněný módní styl snowboardistů se do každého pracovního prostředí nehodí⁶³.



K ZAPAMATOVÁNÍ RADY JAK SI USNADNIT VSTUP DO ZAMĚSTNÁNÍ

Jak si usnadnit vstup do zaměstnání (Vichnarová, L., 2000):

- přizpůsobit oblečení pracovnímu místu,
- nezapomenout na zásady slušného chování,
- nebát se zeptat zkušenějších kolegů,

⁶² NÁRODNÍHO ÚSTAVU PRO VZDĚLÁVÁNÍ, 2018. *Přechod absolventů škol do praxe*. [online] [vid. 20.2.2018]. Dostupné z <http://www.nuv.cz/t/prechod-absolventu-skol-do-praxe-1>

⁶³ VICHNAROVÁ, L., 2000. *Jak si usnadnit nástup do práce po škole*. [online] [vid. 20.2.2018]. Dostupné z <https://finance.idnes.cz/jak-si-usnadnit-nastup-do-prace-po-skole-f0d-/podnikani.aspx?c=2000M213Z01C>

- vyvarovat se unáhlených soudů a rozhodnutí,
- neprosazovat za každou cenu hned na začátku svůj názor.

Přechod ze školy do zaměstnání je jeden z nejtěžších přechodů v lidském životě⁶⁴:

- i v těch ekonomicky nejlepších letech je přechod ze školy do práce složitý proces, na který mají vliv takové proměnné jako délka a kvalita získaného vzdělání, národní tradice, trh práce, ekonomické podmínky a demografie.
- v období hospodářské recese je rozumné investovat do vzdělávání.
- ke zlepšení postavení mladých lidí na trhu práce je třeba ideálně skloubit sociální politiku, politiku zaměstnanosti a politiku vzdělávací.

Pro absolventy je tento přechod a první uplatnění se na trhu práce zásadním životním okamžikem. Úspěšné zahájení pracovní dráhy je přitom ovlivněno mnoha aspekty⁶⁵:

- aktuální situací na trhu práce,
- získanými znalostmi a dovednostmi,
- perspektivností absolvovaného oboru,
- zájmem zaměstnavatelů,
- strategiemi hledání prvního zaměstnání.

Co ovlivňuje první zaměstnání

K ZAPAMATOVÁNÍ STRATEGIE HLEDÁNÍ PRVNÍHO ZAMĚSTNÁNÍ



Rozlišujeme dvě strategie hledání prvního zaměstnání (Kotrusová, 2018):

- **formální způsob** – úřady práce, inzeráty v novinách, internet, personální agentury,
- **neformální způsob** – absolventi nacházejí práci za pomoci příbuzných a stále více prostřednictvím svých sociálních sítí.

⁶⁴ KOTRUSOVÁ, M., 2018. *SP v perspektivě životního cyklu. Jednotlivec na trhu práce. Přechod ze školy do zaměstnání. Přechod mezi zaměstnaností a nezaměstnaností.K* [online] [vid. 20.2.2018]. Dostupné z <http://samba.fsv.cuni.cz/~dobik0as/Soci%C3%A1ln%C3%AD%20politika%20v%20C5%BEivotn%C3%ADm%20cyklu/P%C5%99edn%C3%A1%C5%A1ka%202%20P%C5%99echod%20na%20trh%20pr%C3%A1ce.pdf>

⁶⁵ KOTRUSOVÁ, M., 2018. *SP v perspektivě životního cyklu. Jednotlivec na trhu práce. Přechod ze školy do zaměstnání. Přechod mezi zaměstnaností a nezaměstnaností.* [online] [vid. 20.2.2018]. Dostupné z <http://samba.fsv.cuni.cz/~dobik0as/Soci%C3%A1ln%C3%AD%20politika%20v%20C5%BEivotn%C3%ADm%20cyklu/P%C5%99edn%C3%A1%C5%A1ka%202%20P%C5%99echod%20na%20trh%20pr%C3%A1ce.pdf>

Podle Pažitné⁶⁶ hledání práce podléhá určitým módním trendům. Takže pokud jste myslí, že pošlete životopis a budete čekat, až někdo zavolá, tak to se asi načekáte.

Osm rad, **jak si najít práci** na Monster.cz:

1. Ujasněte si, co chcete dělat a jak toho dosáhnout - někde se začít musí, ale pokud máte ambice se rozvíjet a růst, je potřeba naplánovat i cestu v pár krocích, jak se dostat na vysněné místo.
2. Vytvořte si profil - jednoduchou registrací spláchnete dvě mouchy jednou ranou... Budoucího zaměstnavatele můžete zaujmout svým životopisem.
3. Napište kvalitní životopis - jeden z nejdůležitějších dokumentů, který budete v životě psát. Jinak vypadá životopis pro technické pozice a jinak pro obchodní. Každý životopis má svou strukturu, podle které se jeho čtenáři orientují. Stojí za to ji dodržet.
4. Sledujte nabídky od svých oblíbených firem,
5. Hledejte kdykoli a kdekoli – sledujte, co se děje na pracovním trhu i ve vašem profilu kdykoli máte čas,
6. Pasivní hledání - máte zaměstnání a nechcete na sebe zbytečně upozorňovat? Neusínejte na vavřínech Nikdy nevíte, kdy se objeví vaše práce snů. Nechte si novinky z oboru zasílat na váš e-mail, vytvořte si profil pro networking nebo nechte váš životopis aktivní, ...
7. Nechte si poradit - náš tým specialistů je vám plně k dispozici, ať potřebujete pomoci s trémou u pohovor nebo napsat životopis.
8. Sledujte sociální sítě - o všechny novinky ze s vámi dělíme skrze sociální sítě. Najděte tam aktuální pozice, nejnovější trendy při hledání práce a občas přidáme i nějakou tu legráčku. Najdete nás na Facebooku, Twitteru, G+ nebo YouTube.

**Nové
uplatnění**

Hledání nového pracovního uplatnění by měl uchazeč chápat jako své dočasné zaměstnání, jako práci samu o sobě. Ucházíte-li se o zaměstnání, prodáváte svou kvalifikaci, své znalosti, dovednosti a schopnosti. Chce-li někdo něco prodat, musí obvykle investovat do reklamy. Vaší reklamou je dokumentace, kterou o sobě zpracujete a předáte zaměstnavateli, u kterého byste chtěli pracovat. Je to např. Váš motivační dopis, životopis, Vaše vysvědčení, osvědčení, certifikáty⁶⁷.

⁶⁶ PAŽITNÁ, I., 2018. *8 rad, jak si najít práci*. [online] [vid. 20.2.2018]. Dostupné z <https://www.monster.cz/rady-a-tipy/clanek/8-rad-jak-si-najit-praci-na-monster-cz>

⁶⁷ Ucházení se o místo, 2013. [online] [vid. 6. 7. 2013]. Dostupné z http://www.vstupnatrhprace.cz/vyuka/uchazova/up_tp_01.htm

DESET RAD, JAK SE PREZENTOVAT PŘI HLEDÁNÍ PRÁCE⁶⁸:

- Při hledání práce buďte aktivní: volejte i do podniků, které právě lidi nehledají, choďte do kurzů a učte se jazyky. A zajímejte se o firmy, které zajímají vás. Neposílejte jeden obecný životopis na všechny pracovní pozice, které vás zajímají. Vypadá to pak, že o místo nejevíte skutečný zájem. Životopis vždy upravte tak, aby v něm byly pouze informace, které zaměstnavatele budou zajímat, a připojte také průvodní dopis, který váš zájem o pozici zdůvodňuje. Posílejte svůj životopis i tam, kde momentálně nikoho neshánějí. Kdo o vás neví, práci vám nenabídne. Tím, že projevíte zájem, získáte u mnohých personalistů kladné body. Kromě praxe navštěvujte různé kurzy, které v životopise mohou vypadat atraktivně. Zkuste také firmu přesvědčit, že máte o své profesi jasno a nehodláte zase rychle odejít jinam.
- Zaměstnavatelé ocení, když své znalosti doložíte certifikáty, jimiž vám renomované školy či nezávislé instituce potvrdí, že nějakou dovednost, například cizí jazyk, zvládáte na úrovni. Certifikát je mezinárodně uznávané měřítko vašich znalostí - třeba stupeň C2 řekne zaměstnavateli, že jazykem plyně mluvíte a zvládáte i konverzaci na složitější témata. Certifikáty udělují oprávněné organizace, třeba Francouzský institut, British Council, ale i některé licencované jazykové školy.
- Pokud nevíte, proč o danou pozici stojíte a proč byste ji měli získat právě vy, ani se o ni nezajímejte. Nemusíte sice personalistům říkat, že práce, pro kterou vás vybrali, je pro vás jen oslí můstek k vysněnému pracovnímu místu, který hodláte využít pouze na pár týdnů - ale vy sami to vědět musíte. Když víte, čím můžete firmě prospět, řekněte to. Žádný personalista nemá času na rozdávání. S vaším životopisem se tudíž nebude moc párat. Ulehčete mu život a napište své CV stručně a věcně. Stejně tak do e-mailu napište jasné a krátké info. První dojem tvoří už předmět e-mailu a text v těle e-mailu. Otevření CV a motivačního dopisu je až druhý krok. Napište proto do předmětu něco, co personalistovi poradí, o koho jde - jméno, pracovní pozici, o niž se ucházíte. Zapomeňte na předměty typu "Dobrý den" či "Životopis". Pozor si dejte také na formát - nikdo se nebude obtěžovat s netradičními programy, aby si mohl váš životopis přečíst.
- Když se ucházíte o práci ve firmě, začněte klidně s požadavkem nižšího platu - zkuste klidně nejdřív brigádu, hlavně, ať je to v oboru, který vás baví a který chcete dělat. Nechystejte se hned usednout na nějaké vedoucí místo, i z nižší pozice můžete časem postoupit výše.
- V dnešní multimediální době můžete potenciálního zaměstnavatele neotřele zaujmout takzvanou videovizitkou. Pokud si netroufáte vyrobit ji sami, pomohou vám třeba v personální agentuře. Vizitka dává oproti strukturovanému životopisu prostor k vysvětlení, jakou problematikou se student zabíral a kam směřuje. S vizitkou jste pro zaměstnavatele rázem živou osobou, která může zaujmout i svým charizmatem, ne jen listem papíru plným údajů.

⁶⁸ PELÁKOVÁ, I., 2012. *Deset rad, jak se prezentovat při hledání práce. Zkuste třeba video.* [online] [vid. 20.2.2018]. Dostupné z https://finance.idnes.cz/hledani-prace-video-0ok-/podnikani.aspx?c=A120322_1752682_podnikani_zuk

- Pokud máte za sebou nějakou tvůrčí činnost, mělo by být samozřejmé, že její výsledky předvedete na internetu. Když třeba nabízíte jakékoli služby, zříďte si vlastní webové stránky. Poskytnete potenciálnímu zaměstnavateli dostatek informací, navíc to působí seriózně a profesionálně.
- Češi jsou známí neochotou cestovat za prací, absolventi by však ještě zlenivěli být neměli. Pokud se vám nedaří ve vašem bydlišti, máte vždy šanci najít práci v jiném městě nebo i jiném státě - dnes to v Evropské unii není problém.
- Pracovní místa se logicky hledají lépe ve velkých městech, zvláště ta úzce specializovaná. Dlouhodobě je na tom nejlépe Praha. Na druhé straně sem míří velké množství absolventů, takže i poptávka je tady mnohem vyšší než v ostatních regionech. Ideální je rozmyslet si, o které místo máte zájem, porovnat náklady, výdaje a příjem, případné dojíždění za rodinou a podobně. Projděte si nabídky práce ve všech pro vás možných regionech a pak se teprve rozhodněte.
- Někdy hledání práce sami zvládnout nemůžete. Hodí se zkušenosti starších kamarádů, mentorování zkušených zaměstnanců firem, veletrhy práce nebo i koučink.
- U absolventů se lze často setkat s tím, že chtějí pracovat v úplně jiném oboru, než který vystudovali. **Koučink** v oblasti jejich talentu jim přesně ukáže, jaké vlohy mají a jakým směrem se mají ubírat. Zároveň s mladými lidmi pracují na zvýšení jejich sebevědomí - což jim pomůže cítit se dobře nejen v oblasti práce, ale i vztahů a zdraví. A v neposlední řadě si sebevědomý jedinec je také schopen říci o adekvátní finanční odměnu.



K ZAPAMATOVÁNÍ ZPŮSOBY HLEDÁNÍ ZAMĚSTNÁNÍ

Možností, jak novou práci hledat je mnoho, podívejme se na některé z nich (Onderová, 2007). Dříve než využijete dalších možností, je vhodné se poptat přátel a známých, zda o nějakém místě nevědí. Další možnosti zahrnují⁶⁹:

- Úřady práce,
- Inzeráty,
- Agentury,
- Internet.

⁶⁹ ONDEROVÁ, E., 2007. *Možnosti, jak novou práci hledat je mnoho, podívejme se na některé z nich*. [online] [vid. 6. 7. 2013]. Dostupné z <https://www.finance.cz/zpravy/finance/116655-praci-lze-hledat-mnoha-zpusoby/>

Jak najít nabídky volných pracovních míst?⁷⁰ **Hledání zaměstnání** je možné rozdělit do **dvou fází**:

1. hledání inzerovaných volných pracovních míst, kontaktů a adres.
2. hledání neinzerovaných volných pracovních míst kontaktem potenciálního zaměstnavatele.

Orienteexpress.cz uvádí několik **možností hledání volných míst**:

- *inzeráty v tisku*: denní místní a regionální tisk, specializované měsíční nebo odborné publikace, mívají také stránky s názvem zaměstnání. využijte také informace z rozhlasu a televize.
- *vlastní informační síť*: i členové Vaší rodiny patří do informační sítě, stejně jako přátelé a známí, přátelé přátel, spolužáci, lektori z různých kurzů, osoby, se kterými jste se seznámil(a) při různých příležitostech apod.
- *sledování webových stránek*: - jsou dva způsoby, jak hledat hlášená pracovní místa na webových stránkách: můžete hledat podle webových stránek jednotlivých podniků nebo hledat stránky, které nabízejí různé pracovní příležitosti. Seznam internetových stránek, specializovaných na hledání pracovních příležitostí, najdete na:
 - <http://www.jobs.cz>
 - <http://cz.jooble.org/>
 - <http://www.prace.cz>
 - <http://www.careerjet.cz>
 - <http://www.easy-prace.cz>
 - <http://www.jobpilot.cz>
 - <http://neuvoo.cz/>
 - <http://www.vypracujse.cz>
 - <http://www.prace-rychle.cz>
 - <http://www.profesia.cz>
 - <http://jooble.org/>
 - <https://cz.jooble.org/>
 - <https://www.europa.eu/eures>
 - <https://joblungo.cz/>
- *účast na fórech a prezentacích firem, podniků a škol.*

⁷⁰ Orienteexpress.cz, 2024. Jak najít nabídky volných pracovních míst. [online] [vid. 26. 1. 2024]. Dostupné z <https://orienteexpress.cz/chci-pracovat/jak-najit-nabidky-volnych-pracovnich-mist>

Informace o pracovních místech, kde je najít⁷¹:

- asi nejvíce po ruce jsou vaši stávající či bývalí spolužáci a kolegové a jejich osobní zkušenost.
- zdroj, na který se z věcného hlediska můžete spolehnout, jsou webové stránky jednotlivých firem.
- míříte-li ještě dále a rozhodnete se podat přihlášku do zahraničí, pak můžete očekávat, že mezinárodní firmy většinou mívají podobné, či dokonce zcela shodné náborové strategie i v rámci regionu a na celosvětové úrovni.
- dalším a určitě ne nepodstatným zdrojem informací jsou různé katalogy firem zaměřené většinou na určitou cílovou skupinu.
- řada společností pořádá dny otevřených dveří.
- další možností je zúčastnit se různých manažerských her, které se ve firmách pořádají.
- v neposlední řadě může posloužit i denní tisk a další média.
- a nezapomeňte si zjistit, kdy se objeví ve Vaší blízkosti pracovní veletrhy.



ÚKOL K ZAMYŠLENÍ

Kde jste získali informace o volných pracovních místech při hledání prvního zaměstnání, popř. kde je budete hledat? Odpovědi konfrontujte se studenty na semináři.

PŘIJÍMACÍ POHOVOR A OBLÉKÁNÍ

Pracovní
pohovor a
oblečení

Smyslem přijímacího pohovoru je zjistit, zda si podnik i uchazeč navzájem vyhovují a mají zájem o budoucí spolupráci. Personalisté proto chtějí uchazeče o zaměstnání zhodnotit, zda se pro danou pozici hodí a zda je schopen pracovat v týmu. Mnoho firem klade velký důraz na motivaci uchazečů a jejich sociální přizpůsobivost. Proto jsou vysoce hodnoceni uchazeči o práci, kteří jsou aktivní, přátelští a schopni týmové práce.

Univerzální
model

Také bychom si měli zjistit všechny informace o firmě nebo společnosti kde se chystáme na přijímací pohovor. Ve firmách si pracovníci řídí firemní kulturou, proto je vhodné se jí přizpůsobit, pokud chceme uspět. Měli bychom si dát pozor na první dojem, oblečení, účes, čistotu, jak vstupujeme do místnosti, jak zdravíme, co proneseme jako první větu – to může ovlivnit sociální pozici v našem novém zaměstnání. Nemáme-li žádné informace o specifickém stylu oblékání, zvolíme dle Špačka (2019, s. 298) **univerzální model**: **Muži** si vezmou vycházkový oblek s jednobarevnou košilí a nevtíravou kravatou, šněrovacími botami, budou mít umyté a učesané vlasy a hladce oholenou tvář, případně pečlivě strížená vousy.

⁷¹ Ze školy do práce – jak na to? [online] [vid. 6. 7. 2013]. Dostupné z <http://www.pwc.com/cz/cs/kariera-absolventi/tipy-pro-vas/jak-a-kde-ziskat-informace.jhtml>

**Free oble-
čení**

Ženy si mohou vzít kostýmek decentní barvy (černá, modrá, lososová, bordó), halenku bez vyzývavého dekoltu, lodičky a punčochy (i v třicetistupňovém vedru). Parfém by měly použít lehčí, denní, líčení nenápadné, stejně jako doplňky. Víme-li bezpečně, že jdeme na interview do firmy, pro kterou je typické „free“ oblečení, můžeme si dovolit větší volnost. Přesto by muž neměl ustupovat od saka a kalhot, žena by měla raději volit sukni, nedá-li přednost kalhotovému kostýmu.

**Oblečení
muže a
ženy**

Žena může na přijímací pohovor přijít v jednobarevném, tmavém, střízlivém kostýmku, s barevně sladěnou halenkou a na nohou klasické lodičky na středně vysokém podpatku. Celkový obraz dotváří hezký účes od kadeřníka, nenápadné šperky, punčochy v tělové barvě, decentní líčení, perfektně upravené ruce a nehty. Naopak muž si může vybrat tmavý oblek konzervativního střihu, světlá košile s dlouhým rukávem, tmavé, perfektně vyčištěné boty, upravené vlasy, dokonale oholené tváře, čisté ruce s upravenými nehty a třeba klasické, náramkové hodinky (Kajzar, 2013).

Odborná literatura v rámci pohovoru upozorňuje na tato fakta:

- skromnost a respekt k představitelům firmy,
- očima sledujeme všechny osoby v místnosti, nemračíme se,
- hovoříme spisovně, nahlas, zřetelně, srozumitelně,
- hovoříme i tělem, proto si dáváme pozor na mimiku, gesta; na to, jak sedíme, nepíráme si lokty o stůl,
- používání nářečí působí nedbale, není vhodné,
- nepoužíváme lakonické odpovědi,
- výhodou je otevřená, přátelská povaha se smyslem pro humor,
- projevujeme zájem o firmu, předem se seznámíme s firmou (webové stránky),
- v prvním pohovoru bychom se neměli ptát na výhody a platové ohodnocení (solidní firma tyto informace poskytne jako jedny z prvních).



K ZAPAMATOVÁNÍ, CO ZAJÍMÁ ZAMĚSTNAVATELE PŘI POHOVORU

Zaměstnavatele zajímají tři věci⁷²:

- Vaše kvalifikace a dovednosti,
- Vaše zkušenosti a profesionální minulost,
- Vaše osobnost charakter.

Dva posledně jmenované jsou velmi důležité. Může se stát, že vaše profesionální minulost nevyhovuje požadavkům uvedených v inzerátu, avšak přesvědčíte zaměstnavatele, že vaše osobní vlastnosti vám umožní dokonale se uplatnit na nabízeném místě. Dovednosti lze předávat, zkušenosti získáte při práci, ale své charakterové vlastnosti snadno nezměníte.

Pohovor

Co se u přijímacího pohovoru očekává, prezentuje jobs.cz⁷³:

- včasný příchod – na recepci firmy byste měli být 5 minut před začátkem pohovoru, Špaček (2019) hovoří o deseti minutách předem (čas na aklimatizaci a pravu zevnějšku),
- základní znalosti o firmě – zjistěte si proto ještě před pohovorem více než základní informace o firmě: historii, portfolio produktů, významné klienty, plány do budoucna a podobně,
- vhodné oblečení – personalista si o uchazeči dělá obrázek už během prvních 30 vteřin, kdy zájemce vezme za kliku, vejde do místnosti a řekne Dobrý den. Tedy dlouho předtím, než stihne promluvit o svých zkušenostech a dovednostech. Nepodceňujme tedy, co máme na sobě a jak vypadáme.
- jak se obléct na (první) pracovní pohovor – až o 12 procent vyšší nástupní plat si podle průzkumů dokáže vyjednat člověk, který na pohovor přijde jako profesionál v hezkém a padnoucím oblečení. Podceňovat výběr oděvu na pohovor se nevyplácí – personalista si první dojem dělá už během prvních 30 vteřin. Třeba podle odřených bot. Inspirace pro muže - dobře padnoucí oblek, kvalitní a čisté boty, business aktovka, tím nemůžete nic zkazit. Inspirace pro ženy - můžete mít klidně levné šaty z řetězce. Investujte ale do kvalitní kabelky a bot. Ženy ztrácejí body přílišnou vyzývavostí – hluboké výstřihy, krátké sukně, otevřené páskové boty, přehnaný make-up. Častou chybou českých kandidátů je celková zanedbanost – neupravené a přerostlé vlasy, nepadnoucí oblečení, špinavé boty, odřená kabelka.
- slušné vychování – před vstupem do místnosti vypněte mobil a vyplivněte žvýkačku. Usmívejte se, personalistovi a dalším lidem při pozdravu přátelsky podejte ruku (pozor

⁷² SLU.CZ, 2018. *Přijímací pohovor*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <https://www.slu.cz/slu/cz/poradenska-centra/docs/prijimaci-pohovor>

⁷³ JOBS.CZ, 2013. *Jak se obléct na (první) pracovní pohovor*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <https://www.jobs.cz/poradna/jak-se-oblect-na-prvni-pracovni-pohovor/>

na stisk „tzv. leklá ryba“ nebo naopak „tzv. gladiátor“). Neskákejte personalistovi do řeči – naopak jej nechte, ať určuje tempo pohovoru. Nebud’te živiální, nesnažte se působit světácky nebo nadřazeně. Pozor, otázku finančního hodnocení na pohovoru vždy jako první otvírá personalista, nikoli uchazeč.

K ZAPAMATOVÁNÍ RADY JAK USPĚT PŘI PRACOVNÍM POHOVORU



Deset rad, jak uspět při prvním pracovním pohovoru⁷⁴:

1. nastudujte co nejvíce informací o firmě a pozici,
2. soustřeďte se na dobrý první dojem,
3. pozdní příchod na pohovor Vám často zavře dveře,
4. pozor na řeč vašeho těla,
5. vhodně se oblečte,
6. nelžete ani v životopise, ani při pohovoru,
7. pozor na cizí jazyky,
8. nebud’te arogantní, jen přiměřeně sebevědomí,
9. prokažte zájem o pozici, připravte si vlastní otázky,
10. platovou otázku sami neotvírejte.

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



Jak se obléknete na přijímací pohovor na místo manažera lázní?

4.2 Chování a oblékání v zaměstnání

První den ve firmě se řídíme dle sloganu, že nikdy nemáme druhou šanci udělat první dojem. Dle Špačka má každá firma korporátní kulturu, se kterou se musíme co nejdříve sžít. To se týká i oblečení, chování a jazyka. Oblékáme se tak, jak se od nás očekává, nebo se aspoň co nejvíce snažíme tomuto stylu přiblížit. Raději se oblékáme o úroveň výš, než opačně.

Na kariérní růst má vliv spousta činitelů, nejen to, co člověk umí, ale i jak vypadá a jak se chová. Pokus se naučíme chovat na pracovišti podle společenských pravidel, můžeme jednodušeji získat pověst profesionála, bez kterého se firma nemůže existovat.

⁷⁴ NOVOTNÝ, P. P., 2013. *Deset rad, jak uspět při prvním pracovním pohovoru*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z https://finance.idnes.cz/deset-rad-jak-uspět-pri-prvnim-pracovnim-pohovoru-fsn-/podnikani.aspx?c=A100826_1439360_zamestnani_bab

Jak se správně chovat na pracovišti⁷⁵:

- Jak správně zdravit:
 - Na pracovišti by měli jako první zdravit podřízení šéfa, bez ohledu na věk a pohlaví. V ostatních případech zdraví muž ženu a mladší staršího.
 - První zdraví ten, kdo vejde do místnosti. Při zdravení je nutné vyndat ruce z kapes. Zdravte nahlas a zřetelně. Při pozdravu se podívejte do očí a usmějte se.
 - V open space asi nemá smysl zdravit hned ve dveřích, stejně vás nikdo neuslyší. Pak zdravíte ty, které potkáváte, za nimiž jdete“.
 - Nikdy ale neuděláte chybu, pozdravíte-li vždy první, bez ohledu na vaši společenskou významnost. První zdraví ten, kdo je zdvořilejší.
- Jak nechybovat z podání ruky:
 - Stisk ruky má být pevný a trvat nejdéle vteřinu. Vyvarujte se přemíry síly. První podává ruku šéf nebo žena. Podání ruky doprovodíte úsměvem a pohledem do očí.
 - Když se podávají ruce ve skupince, nikdy ne "do kříže". Muž při podání ruky vždy stojí. Pokud sedí, musí vstát. Komu se potí ruce, měl by mít kapesník, jímž si ruku před podáním nenápadně otře.
 - Na poradě je podávání ruky vhodné jen při malých sešlostech, kde ze svého místa účastníci dosáhnou rukou k ostatním. Ruce se totiž nepodávají přes překážku, třeba přes pracovní stůl. Jinak se zdraví jen slovy při příchodu a odchodu.
- Časté chyby při telefonování:
 - Hlasité zvonění mobilního telefonu v práci je naprosto nepřijatelné. Vyzváněcí tón volte raději neutrální a nikoliv provokující. Do telefonu se snažte mluvit potichu, abyste nerušili ostatní. Omezte soukromé hovory a neposlouchejte a nekomentujte telefonáty kolegů. Dle Špačka (2019) ani v kanceláři před kolegy, nebo dokonce před návštěvou nehovoříme o soukromých záležitostech, dáme přednost textovým zprávám.
 - Pracovní hovory vyřizujte až po osmé hodině ranní a před osmou hodinou večerní. Pokud voláte do zahraničí, spočítejte si, jaký je tam časový posun, abyste nevolali ve chvíli, kdy je obchodní partner v posteli.
 - V případě, že se volání přeruší, znovu volá ten, kdo volal první.
- I jízda výtahem má svá pravidla:
 - Při vstupu do výtahu – stejně jako do dveří – dávejte přednost společensky významnějším lidem. Vždy čekejte, než osoby uvnitř výtahu vystoupí, nehrňte se dopředu.

⁷⁵ SOVOVÁ, E., 2010. *Jak se správně chovat na pracovišti a nešlapat si po kariéře?* [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z https://finance.idnes.cz/jak-se-spravne-chovat-na-pracovisti-a-neslapat-si-po-karriere-p49-/podnikani.aspx?c=A100902_1443283_firmy_rady_hru

- Výtah je stísněným prostředím, kde je narušen psychický "ochranný obal" člověka, takže nepříjemný pocit řešte příjemným pohledem. Nedívejte se přitom cizím lidem do očí.
- Při vstupu do výtahu je vhodné pozdravit a při výstupu je nutné se rozloučit.
- Silný parfém může pracovní vztahy zhoršit:
 - Před vstupem do kanceláře vedoucího je vhodné si zkontrolovat zapnuté knoflíky a zipy, případně přičesnout vlasy a zapřemýšlet nad svou vůní.
 - Silný parfém totiž není žádán a může dokonce zhoršovat pracovní vztahy. Stejně jako lechtivé vtipy nebo dvojsmyslné narážky. A je jedno, jestli sedíte v malé kanceláři nebo v open space. Proto se vyhýbejte všemu, co by mohlo kolegovi vadit, včetně zapáchajícího jídla.

TYKÁNÍ A VYKÁNÍ V PRACOVNÍM PROSTŘEDÍ

tykání - vykání

Mezi pracovníky na stejné pozici si tykání navrhuje podle věku a pohlaví. Žena (bez ohledu na věk) může navrhnout tykání i muži ve vyšší firemní pozici, pokud není její přímý nadřízený (vedoucímu jiného oddělení), ale musí je pojit přátelský vztah. Protože tykání navrhuje vždy společensky významnější osoba, nelze je odmítnout, stejně jako napřaženou pravici. Když tykání navrhne společensky méně významná osoba, pak můžeme klidně říct: „Nezlobte se já bych raději zůstal při vykání“. A i pak bychom měli pečlivě zvážit, zda druhého neurazíme. Budeme-li chtít někomu navrhnout tykání, pečlivě zvažme, jestli ho to potěší, nebo ho náš návrh přivede do rozpaků. Firemní reprezentanti často řeší, jak přejít s klientem na tykání. Klient je společensky významnější, proto je nabídka tykání na něm. Ovšem, je-li zástupkyní žena, málokdy klient využije svého práva společensky významnější osoby, k tomu, aby ji nabídku tykání učinil (Špaček, 2019). Pokud si s někým potykáte, nelze již toto ujednání vrátit zpět.

Pracovní prostředí

Součástí péče o pracovní prostředí a pracovní podmínky je i dodržování zásad duševní hygieny, osobní hygieny, hygieny práce, estetiky práce a bezpečnostních předpisů. Dodržování zásady nehluknosti souvisí s ochranou pracovního prostředí. Při běžné práci v cestovním ruchu je pro pracovníky nezanedbatelné respektování zásad estetiky, která má význam hlavně ve tvorbě příjemného prostředí, ve vkusu a úpravě exteriéru a interiéru zařízení, ve vytvoření a udržení pracovního prostředí. Při plnění pracovních úkolů je nevyhnutelné také dodržovat bezpečnostní předpisy, které souvisí se zásadou opatrnosti, v zájmu předcházení úrazům i ze zanedbatelných příčin. Každý zaměstnavatel je povinen seznámit zaměstnance s předpisy o bezpečnosti ochrany zdraví při práci a protipožárními směrnici. Jde o bezpečnost spolupracovníků i zákazníků. Vytvoření příznivého klimatu na každém pracovišti předpokládá podle Němčanského (2011, s. 35):

- včasný příchod pracovníků na pracoviště a jejich řádnou přípravu na výkon pracovní činnosti,
- odpoutání se od osobních, rodinných a jiných problémů,

- v každé činnosti brát do úvahy hlavní cíl, kterým je vždy spokojenost zákazníka,
- pomoc při poskytování odborné a lidské pomoci starších a zkušenějších pracovníků mladším, méně zkušeným,
- nekonzumovat na pracovišti alkoholické nápoje,
- v zájmu kvalifikovaných reakcí během rozhovoru se zákazníkem neustále sledovat vývoj doma i v zahraničí,
- soustavně si zvyšovat kvalifikaci studiem odborné literatury a časopisů, využívat příležitosti k návštěvě jiných zařízení cestovního ruchu a odborných seminářů, výstav a veletrhů v tuzemsku i v zahraničí,
- vést vzorný soukromý (rodinný) život, protože spolehlivé zázemí je jedním ze základních předpokladů úspěšné práce.

**Business
dress code**

Styl oblékání, který používáme v práci, pro pracovní jednání, styk se zákazníky a klienty je nazýván **business dress code**. Jak již bylo uvedeno, některé firmy a některé profese vyžadují konkrétní pravidla oblékání. Brodský (2017) uvádí jako důvod kromě marketingové prezentace, aby nedošlo k nežádoucímu provinění proti společenským pravidlům a aby bylo jasné, kdo je ve firmě zaměstnanec a kdo zákazník.

U **business oblečení pro muže** se dnes netrvá na šedém obleku s kravatou a jejich nošení od rána. Muž vždy vyhodnocuje, kdo je jeho pracovním protějškem a v jakém prostředí se potkají. Je tedy běžné se setkat na pracovních jednáních s vzorovanými saky, pestřejšími kravatami i košilemi, semišovými botami na místo kožených nebo i méně společenskými kalhotami. Nikdy muž v rámci business dress code nesmí (Brodský, 2017, porovnejte kapitola 2.2):

- nosit sandály,
- mít nevyčištěné boty,
- nosit ryze sportovní nebo outdoorové oblečení,
- nosit mikiny,
- nosit, ani dva dny po sobě stejné oblečení (celkový outfit),
- svlékat si sako v dámské společnosti,
- svlékat si sako bez předchozího svolení ostatních,
- porušit jednotu „kůže“ (boty-opasek-pásek hodinek ve stejné barvě kůže),
- chodit s igelitovou taškou,
- používat papírové kapesníky ve společnosti,
- neomluvit se za náhlý defekt na oblečení, pokud o něm ví.

V pracovním styku by žena neměla být podle Gullové (2011) oblečena nápadně a výstředně. I u žen lze dnes rozdělit oblečení na casual dress (lze volit oblečení sportovního charakteru, jak kalhoty, tak i sukně) a business dress (pro obchodní a podobná jednání lze volit šaty nebo kostým doplněný halenkou vhodně volené barevné punčochy a střevice, aby ladily s šaty nebo kostýmem). U **business oblečení pro ženy** se podle Brodského (2016, s. 26) žije dnes ženám svobodněji než v rámci společenského oblečení. Ženy dnes běžně nosí kalhoty kombinované se sakem nebo jen svetříkem, ideální variantou je kostým, klidně

kalhotový. Žena by měla vždy při oblékání citlivě zvažovat, jaký je před ní pracovní úkol a pracovní setkání. Nikdy žena v rámci business dress code nesmí:

- nosit šaty na úzkých ramínkách,
- nosit hluboké výstřihy,
- nosit trička odhalující pas a záda,
- nosit bokové nebo tzv. harémové kalhoty,
- dopustit, aby jí někde vykukovalo spodní prádlo,
- mít pouze jednu jedinou kabelku pro všechny příležitosti,
- nosit sukně, pokus si je vědoma jakéhokoliv defektu na noze (modřina, řezná rána po holení, ...),
- mít střevíce s otevřenou špičkou za předpokladu, že nemá perfektní manikúru,
- porušit jednotu kůže (boty-opasek-kabelka ve stejné barvě kůže),
- mít nasazené tmavé brýle v místnosti.

4.3 Poprvé nadřízeným pracovníkem

Nástup do funkce a jeho oslava závisí na firemní kultuře, popř. zvyklostech na vašem oddělení. S postupem času se ve firmách setkáváme s menším pochopením pro pořádání oslav. Předtím než chcete oslavit svůj nástup, rozmyslete si, čeho tím chcete dosáhnout⁷⁶:

- chcete poznat podřízené, abyste přispěli k harmonické spolupráci.
- chcete se seznámit s běžným pracovním dnem.
- chcete tím naplnit očekávání svých spolupracovníků.

**Tykání –
vykání**

Doposud jsem spolupracovníkům tykal, ale co dělat jako vedoucí týmu? Existují různá doporučení, například portál Chovani.eu a další zdroje, jako například Špaček (2010), Smejkal a Schelová Bachrachová (2011), uvedeny jsou některé z nich:

- v tomto případě se k sobě budeme chovat tak, jak jsme zvyklí.
- u nových zaměstnanců začínáme vykáním a potom dle firemní kultury.
- v „mladých“ firmách si většinou nastolí tykání, podobně to bývá v týmech, které vytváří něco nového.
- pokud nabídnete tykání, berte zřetel, že druhá strana to nesmí odmítnout.
- tykání je výrazem blízkých vztahů.
- na pracovišti navrhuje tykání jedině šéf.
- není vhodné, aby ani starší podřízený ani žena navrhovali tykání nadřízenému.
- tykání mezi šéfem a podřízeným může být i na škodu – snaha získávat výhody.
- šéf musí taktně vycítit, zda jeho návrh dotyčná osoba ráda přijme.

⁷⁶ CHOVANÍ.EU, 2018. *Musím svůj nástup oslavit?* [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/musim-svuj-nastup-oslavit/c952>

- v pracovním styku může tykání usnadnit komunikaci, na druhou stranu může svádět k důvěrnostem.
- pokud se na tykání necítíte, spolehněte se na svůj instinkt.
- tykání nabízí vždy společensky významnější osoba – žena muži, nadřízený podřízenému, starší mladšímu.

Výhody společensky významnější osoby není vhodné vyžadovat mimo pracoviště.

DÁRKY

Vztahy mezi firmou a klienty nebo dodavateli nejsou jen obchodní. K pěstování vztahů patří obědy, večere, společenské a sportovní akce, promotion akce, fun tripy, dárky a pozornosti. Maličkosti přijme každý bez obav, ale drahé a exkluzivní dary mohou způsobit rozpaky. Hranice je u každého manažera různá, pro někoho je mobil exkluzivní a drahý dar, pro jiného běžná maličkost. Proto musíme dobře odhadnout svůj protějšek dodržet úroveň, která ho potěší, nikoli rozladí. Vybíráme to, co se buď hodí univerzálně, (kravata, hodinky, láhev dobrého vína, literární bestseller), nebo něco, o čem víme, že se dotčenému manažeru hodí (golfová hůl, bag na šaty, obrazová publikace, tablet). Firmy mohou mít svá etická pravidla, která omezují přijímání darů od dodavatelů, in s tím musíme počítat (Špaček, 2019).



ZAPAMATOVÁNÍ JAK SE CHOVAT VŮČI PODŘÍZENÝM A KOLEGŮM

Jak se mám správně chovat k podřízeným a ke kolegům⁷⁷?

- Buďte milí – zaměstnanci, kteří mají pocit, že je s nimi po lidské stránce dobře nakládáno, nepodávají dobré výkony. Jako vedoucí nepřecházejte takovou maličkost, jako je i zdravení. Považujte to za nutnost. Úsměv a pozdrav jsou nejmenší investicí, která se rozhodně vyplatí.
- Ukažte své lidské stránky – pokud k tomu nastane příležitost, projeďte zájem o své podřízené. Všimněte si nejmenších signálů, které vaši spolupracovníci vysílají.
- Podřízené je třeba dostatečně úkolovat, ale i podporovat: přiměřené vytížení, přílišné vytížení, neustálé výzvy.

Při příchodu do kanceláře šéfa jsme zdvořilí. On je společensky významnější, proto klepeme, čekáme na vyzvání ke vstupu, zdravíme, čekáme na vyzvání k sednutí, hovoříme stručně, ne familiárně. Ruku nenabízíme, je na něm, zda nám ji nabídne. Přijde-li ještě vyšší

⁷⁷ CHOVÁNÍ.EU, 2018. *Jak se mám správně chovat k podřízeným a ke kolegům*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/jak-se-mam-spravne-chovat-k-podrizenym-a-ke-kolegum/c954>

nadřízený, vstaneme, pozdravíme a čekáme, co se bude dít. Má-li šéf telefon, je vhodné aspoň naznačit, že se chystáme poodejít.

Smejkal a Schelová Bachrachová (2013) doporučují chovat se kamarádsky a rovnocenně, neflirtovat, neprovokovat, příležitostně se zmínit o snoubenci, či manželovi, a to nikoliv zlehčujícím způsobem (jak mnoho nerozumných žen často činí), zachovávat si zdvořilý odstup (od šéfa i od kolegů). Ve vztahu muž – žena – zaměstnání – rodina, je potřeba si rozdělit role a plnit požadavky, které na každého z nás tato role klade. V průběhu jednání se nenecháme rušit telefony a ni dalšími návštěvníky (ani „na minutku“). Pokud volá nadřízený, omluvíme se návštěvě. Přejde-li šéf osobně, představíme mu návštěvníka.

Povinnosti zaměstnanců a povinnosti vůči podřízeným

Zaměstnanci jsou povinni dle § 301 zákona č. 262/2006 Sb., Zákoníku práce, ve znění pozdějších předpisů⁷⁸:

- a) pracovat řádně podle svých sil, znalostí a schopností, plnit pokyny nadřízených vydané v souladu s právními předpisy a spolupracovat s ostatními zaměstnanci,
- b) využívat pracovní dobu a výrobní prostředky k vykonávání svěřených prací, plnit kvalitně a včas pracovní úkoly,
- c) dodržovat právní předpisy vztahující se k práci jimi vykonávané; dodržovat ostatní předpisy vztahující se k práci jimi vykonávané, pokud s nimi byli řádně seznámeni,
- d) řádně hospodařit s prostředky svěřenými jim zaměstnavatelem a střežit a ochraňovat majetek zaměstnavatele před poškozením, ztrátou, zničením a zneužitím a nejednat v rozporu s oprávněnými zájmy zaměstnavatele.

Vedoucí zaměstnanec vystupuje vůči jemu podřízeným zaměstnancům jménem zaměstnavatele, reprezentuje firemní kulturu, firemní cíle, vize a mise sfirmy. Vedoucí zaměstnanci jsou dále povinni dle § 302 Zákoníku práce⁷⁹.

- a) řídit a kontrolovat práci podřízených zaměstnanců a hodnotit jejich pracovní výkonnost a pracovní výsledky,
- b) co nejlépe organizovat práci,
- c) vytvářet příznivé pracovní podmínky a zajišťovat bezpečnost a ochranu zdraví při práci,
- d) zabezpečovat odměňování zaměstnanců podle tohoto zákona,
- e) vytvářet podmínky pro zvyšování odborné úrovně zaměstnanců,

⁷⁸ PRACEPROPRACOVNIKY.CZ, 2024. Zákoník práce 2024 - úplné znění online (zákon č. 262/2006 Sb.) [online] [vid. 12.2.2024]. Dostupné z <https://www.pracepropravniky.cz/zakony/zakonik-prace-uplne-zneni/>

⁷⁹ dtto

- f) zabezpečovat dodržování právních a vnitřních předpisů,
- g) zabezpečovat přijetí opatření k ochraně majetku zaměstnavatele.

Mezi povinnosti vedoucích tak patří⁸⁰ např. plánování dovolené a dohled nad tím, aby k čerpání dovolené skutečně došlo a dovolená byla v rámci daného kalendářního roku beze zbytku vyčerpána. V judikatuře pak najdeme celou řadu soudních případů, kdy vedoucí zaměstnanec překročil pravomoci určené zaměstnavatelem. (A je jedno, zda se tak stalo z dobré vůle či vědomě, protože podle § 167 Občanského zákoníku zaměstnavatele zavazují i protiprávní jednání zaměstnance.) ... nastane-li pochybnost o významu jednání, resp. jednání umožní více možných výkladů, pak se vždy musí použít výklad nejpříznivější pro zaměstnance (viz § 18).

Bez spokojených zaměstnanců může firma jen stěží dlouhodobě prosperovat. Jestliže má firma dobře fungovat a vydělávat, musí mít spokojené zaměstnance. Server Podnikatel.cz přináší **sedm rad, jak se k zaměstnancům chovat**⁸¹:

- 1) Spravedlivý přístup ke všem.
- 2) Dát příležitost k dalšímu rozvoji a postupu.
- 3) Zastat se svého týmu při kritice shora (či zvenčí).
- 4) Dát dostatek svobody – kladné body vám může jednoznačně přinést, jestliže pracovníkům poskytnete větší míru svobody při plnění svěřených pracovních úkolů.
- 5) Být konkrétní v cílech a požadavcích – s dostatkem svobody úzce souvisí i další dvě rady. První je, abyste byli co nejkonkrétnější ve svých požadavcích a cílech. V postupech a metodách nechte zaměstnancům volnost, stanovte však hranice v podobě cílů a požadavků. Pracovníci potřebují vědět, jakým směrem se má jejich aktivita ubírat. Obecné požadavky “chci od vás maximum”, “naším cílem je růst” apod. si odpusťte. Čím konkrétněji cíle určíte, tím jednodušeji můžete zaměstnance hodnotit.
- 6) Být kromě šéfa také průvodcem a pomocníkem – správný šéf by neměl být jen tím, kdo seshora určuje, co kdo má udělat. Zaměstnanci u svých nadřízených vždy velmi oceňují, pokud jim dokážou naslouchat a vést je nejen fakticky ale doslova, a být jim průvodci a pomocníky při práci.
- 7) Ochota přijmout od pracovníků zpětnou vazbu - naopak byste měli pracovníky ke zpětné vazbě vyzývat a snažit se s ní konstruktivně zacházet.

Jak být dobrým lídrem.⁸² Jak komunikovat se zaměstnanci a motivovat je? To, že je někdo šéf, automaticky neznamená, že je také lídr. Říká se, že někteří lidé se jako lídři rodí, ti ostatní se však musí naučit vést lidi a důležité manažerské vlastnosti pilovat. Co

⁸⁰ BLAŽKOVÁ, D., Povinnosti vůči podřízeným. [online] [vid. 15.12.2023]. Dostupné z <https://www.top-vision.cz/blog/povinnosti-vuci-podrizenym>

⁸¹ PODNIKATEL.CZ, 2012. *Sedm rad, jak se chovat vůči zaměstnancům, aby chodili do práce s úsměvem*. [online] [vid. 15.2.2018]. Dostupné z <https://www.podnikatel.cz/clanky/sedm-rad-jak-se-chovat-vuci-zamestnancum-aby-chodili-do-prace-s-usmevem/>

⁸² ČSOB, 2021. 1. díl: Jak být dobrým lídrem: Jak komunikovat se zaměstnanci a motivovat je online [vid. 15.12.2023]. Dostupné z <https://www.pruvodcepodnikanim.cz/clanek/jak-komunikovat-se-zamestnanci/>

tedy udělat pro to, aby se z vás stal dobrý lídr? Jak se stát dobrým lídrem? Jednou z nejdůležitějších schopností dobrého lídra je umět své zaměstnance motivovat. Co dalšího by měl schopný manažer splňovat:

- Jasná vize - jednou ze základních rolí lídra je vytvářet vizi tím, že spojí své týmy k naplnění smyslu. Lídři by měli mít vizi toho, o co usilují a také vědět, jak se tam dostanou. Jasná vize je pro zaměstnance inspirativní a vzbuzuje v nich důvěru.
- Integrita - aby zaměstnanci mohli svému vedoucímu důvěřovat, musí být to, co říká v souladu s jeho činy. Klíčovými znaky integrity jsou čestné jednání, dobře kontrolované emoce a také absence lhaní.
- Přirozená autorita - častou chybou manažerů je, že počítají s tím, že získáním vedoucí pozice automaticky dostanou i potřebnou dávku autority. Tak to však není, autoritu je třeba si přirozeně budovat. Jak? Tím, že se manažer bude o své podřízené zajímat, bude inspirovat tým a úkoly nebude dávat rozkazem, ale spíše jako žádost nebo výzvu.
- Otevřenost - je také důležité, aby byl lídr ke svým zaměstnancům naprosto otevřený a naslouchal jejich nápadům a připomínkám. Žádný poznatek by neměl dopředu odsuzovat nebo své zaměstnance ignorovat.
- Asertivita - další důležitou vlastností lídra je asertivita, což znamená, že by vedoucí pracovník měl být komunikativní a vstřícný, řešit všechny problémy s klidem a bez zbytečné agresivity a své názory prosazovat s rozvahou a respektem k druhým. Kromě toho, že by měl být vedoucí pracovník asertivní, měl by být i pokorný a skromný.
- Smysl pro humor - asi nám dáte za pravdu, že by měl mít ideální lídr také smysl pro humor, aby v týmu panovala příjemná atmosféra. Lídr by si měl dokázat udělat legraci sám ze sebe a zasmát se i se svými podřízenými. Neznamená to však, že by se měl s každým kamarádit. Chybou je samozřejmě i úplný opak, kdy si manažer vynucuje autoritu mocí a nátlakem.
- Práce s emocemi – jak už jsme naznačili, manažeři by měli umět pracovat s emocemi, a to nejen svými, ale také svých podřízených. Lídři by proto měli pracovat na sebepoznání a seberozvoji a být odolní vůči stresu. Měli by se také dokázat vcítit do pocitů svých podřízených a v případě potřeby jim podat pomocnou ruku.

Model SCARF

S vedením lidí může vedoucím pracovníkům pomoci **model SCARF**⁸³, který je založený na poznacích moderní neurovědy a ukazuje, kterých pět oblastí nepodcenit, pokud chcete mít funkční tým. Autorem tohoto modelu je Australan Dr. David Rock, který je celosvětovým průkopníkem metody Brain-Based, jež se v praxi využívá k rozvoji leadershipu. A na jakých pět oblastí se tedy tento model zaměřuje? Název je tvořený začátečními písmeny anglických slov označujících:

⁸³ dtto

- Status - je založený na myšlence, že musíte respektovat druhé a dávat jim najevo, že jsou pro vás důležití. Dobrý lídr by neměl nikdy přehlížet dobře odvedenou práci a neměl by také šetřit pochvalou a uznáním.
- Jistota - pro správný chod firmy je také velmi důležitý pocit jistoty. Tým je třeba vést tak, aby zaměstnanci věděli, na čem a proč pracují a co mají dělat.
- Autonomie - ukažte zaměstnancům, že důvěřujete jejich úsudku tím, že se vyhnete každodennímu vstupování do jejich práce. Zapojte je také do rozhodovacích procesů a delegujte úkoly namísto toho, abyste zaměstnancům do detailu popisovali, co mají dělat.
- Vztahovost - pokud chcete, aby vaši zaměstnanci vytvořili soudržný tým, měli by všichni členové sdílet stejný cíl a na naplnění tohoto cíle spolupracovat. Podporujte také důvěru v týmu a svým zaměstnancům pomáhejte a vyslechněte si jejich názory.
- Férovost - pro všechny členy týmu by měla platit stejná pravidla, na férovosti by mělo být založeno povýšení, ale také propouštění. Pokud totiž budou důvody pro propuštění férové a jasné, budou se cítit lépe i zaměstnanci, kteří firmu neopustí.

Verbální a neverbální komunikace se zaměstnanci⁸⁴

Říká se, že komunikujeme, i když zrovna nic neříkáme. Jak je to možné? I mlčením svým zaměstnancům něco sdělujete a konkrétní význam je možné vyvodit z kontextu. Pokud tedy chcete rozvíjet své komunikační dovednosti, musíte pracovat na všech složkách komunikace, tedy nejen na té verbální, ale také neverbální a paraverbální (rychlost řeči, barva hlasu, hlasitost, pauzy, dynamika, tempo...). Platí, že neverbální komunikace by vždy měla být v souladu s tou verbální. Pokud totiž budete svým zaměstnancům něco sdělovat ústně, ale vaše tělo bude říkat něco jiného, zaměstnanec ve vás nebude mít důvěru.

Které komunikační dovednosti by měl lídr ovládat? Každý člověk komunikuje trochu jinak, komunikaci byste proto měli přizpůsobit způsobu komunikace každého člena týmu. Dobrý lídr by měl také umět porozumět skrytým neverbálním podnětům členů týmu, naslouchat jejich názorům a získávat od nich zpětnou vazbu. Komunikace se zaměstnanci by vždy měla být transparentní a upřímná. Závěr: být dobrým lídrem rozhodně není nic jednoduchého, pokud však budete intenzivně pracovat na rozvoji potřebných dovedností, můžete se stát člověkem, který zaměstnance motivuje k co nejlepším výkonům a inspiruje je.

Při jednání s problémovými zaměstnanci podle Morawitzové⁸⁵ nezapomínejme na zlaté „patero“:

- neberte si problematické chování kolegů osobně,
- zachovejte vždy klid a pozitivní přístup při jednání,

⁸⁴ ČSOB, 2021. 1. díl: Jak být dobrým lídrem: Jak komunikovat se zaměstnanci a motivovat je. [online] [vid. 15.12.2023]. Dostupné z <https://www.pruvodcepodnikanim.cz/clanek/jak-komunikovat-se-zamestnanci/>

⁸⁵ MORAWITZOVÁ, S., 2013. *Jak si poradit s problematickými kolegy na pracovišti?* [online] [vid. 15.2.2018]. Dostupné z <https://www.superkariera.cz/poradna/pro-zamestnanec/jak-si-poradit-s-problematickymi-kolegy-na-pracovisti.html>

- nesnažte se změnit člověka, jen jeho chování,
- jedněte vždy sám za sebe a pojmenovávejte situace ze svého pohledu,
- respektujte právo na odlišnost a důstojné zacházení s každým člověkem.

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



Uveďte příklady nevhodného chování vůči kolegům.

Etický kodex

Etický kodex definuje firemní a etické hodnoty chování ve společnosti, je nedílnou součástí komplexního systému interních firemních opatření a postupů pro prevenci, detekci a reakci na případná trestněprávní či neetická jednání a je strategickou součástí firemní kultury. Dle Dyrtra (2006) je dodržování zásad etického kodexu věcí všech pracovníků bez ohledu na funkční postavení. Jinak by se prestiž pracovníka snižovala. Jedna ze zásad by měla spočívat v časovém vymezení platnosti etického kodexu a systematického vyhodnocování jeho přínosu. Výsledky hodnocení by měly ovlivnit zpracování následujícího kodexu. Zvláště důležité je vyvozování důsledků jeho neplnění. Pro přípravu etických kodexů je dle autora nutné zvážit následující směrnice:

1. Zdůraznit hodnoty významných zákonů a vnitřních pravidel organizace. Zejména těch, které doposud působily komplikace. Stanovit priority, kterými by se komplikace mohly překonávat.
2. Uvést hlavní oblasti a metody, kterými chcete problémy řešit. Příklad: vysoká zmetkovitost výrobků provozu x, příčina: vysoká fluktuace, náprava: metody stabilizace pracovníků, zlepšení úrovně mezilidských vztahů atp.
3. Uveďte, jak lze hledat cesty k překonání nežádoucí situace. Určete tým, který bude současný stav nedostatků a jejich příčin analyzovat metodou SWOT a doporučovat cesty k nápravě.
4. Návrh sestavení a řešení analytického týmu. Společný návrh s místními odborníky, jak odstranit zjištěné slabé stránky řešeného pracoviště, jak využít stávajících předností, jak krátkodobě a dlouhodobě překonávat vnitřní a vnější vlivy, které na pracoviště působí.
5. Stanovit etické hodnoty řešení, které uspokojí stakeholders. Např.: očekávání odběratelů, dodavatelů, členů místní komunity, zaměstnanců, v čem jsou a nejsou spokojeni.
6. Vyberte z výsledků předchozích kroků nejdůležitější priority. Např.: důvěryhodnost (poctivost, bezúhonnost, dodržení slibů, loajalita), respekt, (samospráva, soukromí, důstojnost, zdvořilost, tolerance), odpovědnost (konkrétně vymezená, formy ohodnocení apod.) spravedlnost, čestnost (nezaujatost, důslednost, slušnost, rovnost), kvalita popisů práce a hodnocení výkonů (jak se projevují v motivaci pracovníků), technická úroveň, kreativita, obětavost pracovníků.

7. Vypracujte návrh etického kodexu. Pro organizaci jako celek nebo v členění podle hierarchie stupňů na řídicí vertikále, pokud možno v konkrétním reálném čase.

Dytrt (2006) vymežil **deset výhod etiky**:

1. Respektování etiky v managementu přineslo sociální změny, jako likvidace roboty, 16-ti hodinové pracovní doby, pracovních sobot.
2. Morální stabilita v mimořádných podmínkách.
3. Týmová práce – zvyšuje kreativitu, loajalitu, partnerství.
4. Řízení lidských zdrojů – důvěra mezi manažerem a pracovníkem, pozitivní pracovní atmosféra.
5. Legálnost managementu – etika manažera a jeho příklad ovlivňuje etické postoje pracovníka a je prevencí neetiky.
6. Eliminace trestných činů a pokut – etika na pracovišti je prevencí nezákonnosti a ekonomických ztrát.
7. Ovlivňuje hodnoty managementu – erudice pracovníků, znalost a uplatňování vývoje teorie.
8. Etické programy prohlubují vztah k ekonomicko-sociálnímu okolí – to je správnou cestou k posilování a zvyšování dobrého jména organizace.
9. Etika zvyšuje kulturu organizace.
10. Formální metoda managementu – etika v řízení, manažerská etika.

Etické chování manažerů

Etické chování manažerů předpokládá dodržovat psané i nepsané normy jednání. Některé mohou být deklarovány explicitně písemnou formou (základní lidská práva, ústava, zákony apod.), jiné jsou nepsanými pravidly (morálka, slušnost vůči lidem, korektní vztahy při soutěži o funkční postup, delikátnost sdílení některých informací apod.). Zatímco jasně deklarované etické normy jsou brány jako dané a mimo diskusi, jasně nedeklarovaná pravidla jsou často chápána rozdílně. Některé organizace se snaží vypracovat vlastní specifická etická pravidla chování svých zaměstnanců a vedoucích (etické kodexy).

Jak vytvořit a uplatňovat etický kodex organizace⁸⁶:

Tvorba etického kodexu

Požadavky na etické chování firem a jejich zaměstnanců ze strany zákazníků, obchodních partnerů i širšího společenského prostředí dlouhodobě rostou. Spolu s nimi se zvyšuje i význam etického kodexu organizace jako jednoho z hlavních nástrojů sloužících k prosazení etických norem jednání. Úkolem a náplní etického kodexu organizace je jasné stanovení principů a pravidel etického jednání manažerů i dalších zaměstnanců, a to jak pravidel

⁸⁶ URBAN, J., 2017. Jak vytvořit a uplatňovat etický kodex organizace. [online] [vid. 15.12.2023]. Dostupné z <https://www.praceamzda.cz/clanky/3762/jak-vytvorit-a-uplatnovat-eticky-kodex-organizace>

uplatňovaných navenek organizace, tak i zásad týkajících se vztahů k vlastní organizaci, resp. vztahů mezi zaměstnanci či manažery navzájem.

Východiskem etických kodexů je, podnikatelská etika, tedy soubor morálních zásad a hodnot, uplatňujících se při řízení podniků i ve vzájemných vztazích mezi nimi. Tato etika vychází z obecných morálních norem společnosti a jejím cílem je zlepšit mezilidské vztahy vznikající v podnikové praxi. Základem etického řízení organizace je dobrovolné přijetí určitých závazků ze strany organizace, resp. jejího vedení. Jde o zásady, které brání (nebo by měly bránit) tomu, aby se postup organizace dostával do výraznějších konfliktů se zájmy jejích stakeholderů. Na prvním místě jde přitom většinou o konflikty, které by poškozovaly jejich zájmy, aniž by si toho tyto subjekty byly vědomy.

K výchozím předpokladům účinnosti etického kodexu patří jeho správné a konkrétní tematické zaměření. Vedle obecných zásad a pravidel eticky správného jednání by totiž kodex měl zaměstnancům i manažerům poskytovat i jednoznačná řešení konkrétních, eticky exponovaných či komplikovaných situací, se kterými se ve své praxi opakovaně setkávají. Mělo by přitom jít především o situace, ve kterých se určité obecně přijímané morální hodnoty mohou dostávat vzájemně do konfliktu.

Etický kodex dle Urbana (2017) by tak měl zaměstnancům pomoci si ověřit, zda jejich jednání je zákonné a v souladu s politikou organizace, zda svoje jednání mohou obhájit před ostatními členy organizace, především svými nadřízenými, ale i před úřady, které mají pravomoc jejich rozhodování či jednání kontrolovat. Účinnost etického kodexu jako nástroje prosazování etických principů závisí na tom, nakolik organizace využívá i další nástroje, sledující obdobné cíle. Jde o nástroje, které s etickým kodexem souvisejí nebo na něj navazují. Patří k nim zejména:

- etický leadership - vedení příkladem ze strany nejvyššího managementu i dalších manažerů podniku. Je zpravidla vůbec nejdůležitějším nástrojem prosazování etického jednání v organizaci;
- zakotvení a úprava whistleblowingu - upozornění zaměstnanců na určité nekalé praktiky, především nedodržování etických zásad na pracovišti. Zaměstnanci se o nich zpravidla dozvídají mezi prvními, při upozorňování na ně však často čelí dilematu, zda porušit loajalitu a důvěrnost vůči kolegovi, nadřízenému, popř. zaměstnavateli, a reálně tak ohrozit jeho (ale i své vlastní) postavení, nebo upřednostnit ochranu veřejného zájmu;
- vzdělávání zaměstnanců a manažerů v oblasti etického chování. Cílem je upozornit na etická pravidla i význam jejich dodržování a sjednotit názory pracovníků na aplikaci etických norem v každodenní práci jejich podniku;
- hlášení rizik porušení etických pravidel - jde o praxi sledující podobné cíle jako whistleblowing, fungující poněkud odlišným způsobem. Spočívá v povinnosti manažerů i za-

městnanců poskytnout nadřízenému, případně jinému představiteli firmy včasné a relevantní informace zahrnující popis situace, kdy hrozí porušení etických pravidel. Důvodem hrozby může být například určitý způsob řízení, kontroly či motivace zaměstnanců, který rizika etických prohřešků zvyšuje;

- interní etický výbor - orgán, který je podřízen vedení organizace a tvořen manažery i zaměstnanci. V jeho pravomoci je poradenství v oblasti etických otázek, prošetřování (domnělých) porušení etických pravidel a doporučování kroků, které by vedení organizace mělo na jejich podporu přijmout;
- etické „horké linky“ - specializované telefonní, případně internetové kontakty sloužící k poradenství zaměstnancům při řešení komplikovanějších etických problémů.

V zájmu účinnosti i důvěryhodnosti etického kodexu (Urban, 2017) lze při jeho tvorbě, implementaci i uplatňování doporučit dodržování několika důležitých pravidel. Patří k nim především:

- identifikace hlavních etických dilemat. Etický kodex by měl identifikovat klíčové etické otázky či dilemata, se kterými se zaměstnanci mohou dostat do kontaktu, a poskytovat návody na jejich řešení. Neměl by být příliš obecný ani suplovat jiné dokumenty firmy, měl by se symetricky dotýkat jak vztahu firmy k jejím partnerům včetně zaměstnanců, tak i vztahu zaměstnanců k firmě. Specifickou pozornost by měl kodex věnovat řízení lidských zdrojů.
- kodex je třeba „šít organizaci na tělo“.

Hlavní důvody pro vytvoření etického kodexu⁸⁷:

- Kodex vymezuje hranice žádoucího chování pro pracovníky firmy či členy asociace.
- Jednoznačně vymezené zásady podporují manažerské řízení a usnadňují rozhodování zaměstnanců, především v nestandardních situacích.
- Kodex se za určitých okolností může stát kritériem pro posuzování a porovnávání daných subjektů.
- Deklarovaný závazek vyjádřený kodexem zvyšuje důvěryhodnost organizace.
- Konečným efektem je zkvalitňování interní komunikace, vztahu se zákazníky, obchodními partnery, nejrůznějšími zájmovými skupinami apod.

Etickým kodexem se řídí i sdružení a asociace, například Asociace hotelů a restaurací ČR v etickém kodexu shrnuje pravidla chování AHR ČR, jejich zaměstnanců i členů Asociace, kteří Kodex přijímají vstupem do Asociace a otevřeně tak deklarují dodržování sta-

⁸⁷ HESKOVA, M., 2019. Etické kodexy v české ekonomice [online] [cit. 12.10.2023]. Dostupné z <http://209.85.135.132/search?q=cache:R9f8v5fq330J:kod.ef.jcu.cz/wwwtajcucz/katedra/konference/cdrom03/sekce3/10_heskova.doc+etick%C3%A9+kodexy+v+%C4%8Desk%C3%A9+ekonomice&cd=1&hl=cs&ct=clnk&gl=cz>

novených pravidel. Uvedené osoby si jsou vědomy skutečnosti, že v případě porušení uvedených pravidel a neprovedení patřičné nápravy může rozhodnutím Rady Asociace dojít k ukončení jejich členství bez nároku na náhradu alikvotní části zaplaceného členského příspěvku.

4.4 Time management

Time management staví na poznatcích z řady oborů z managementu, psychologie, filozofie, fyziologie, sociologie nebo sociální komunikace. Time management překládáme jako řízení času či hospodaření s časem, velmi úzce propojuje profesní život s osobním a nastavuje pravidla. Je nutné zdůraznit, že neexistuje univerzální model použitelný pro každého člověka. Ale existují obecně platné principy, jejichž dodržováním rozhodně zlepšíme nakládání se svým časem⁸⁸. Naučit se plánovat efektivně svůj čas by mělo patřit k prvním měkkým technikám, které bychom si měli osvojovat. Čas se nedá řídit, nedá se ani koupit, nedá se rozmnožit ani se nedá uložit do zásoby. Proto bychom měli své činnosti plánovat tak, abychom dokázali čas co nejefektivněji využít.

ZAPAMATOVÁNÍ TIME MANAGEMENT



Time management je soubor dovedností pro lepší využití svého času k dosažení produktivity. Nepatří jen do života manažerů, ale i do každého z nás⁸⁹.

STANOVENÍ CÍLŮ

Jak uvádí Knoblauch (2006) cíle jsou důležité, jelikož když je člověk nemá, nemůže dělat žádné plány na svůj postup. Neví, čeho chce dosáhnout, tudíž si ani nedokáže vychutnat případný úspěch, protože nepozná, že to je úspěch. Bez cílů také rychle ztrácí motivaci, protože mu jeho snažení může připadat nesmyslné a bezcílné.

Člověk by si měl ujasnit cíle v několika různých oblastech svého života, v profesní (studijní), duševní (schopnosti), rodinné a společenské, duchovní (smysl života) a finanční. Cíle by měly být dosažitelné, aby člověka bavilo na nich pracovat a mohl mít radost z úspěchu. Dále měřitelné, tak, aby se dalo zjistit, zda se naplnily a formulovány pozitivně (Knoblauch, 2006). Dle autora je napsaný cíl je splnitelnější, než ten, který je nošen jen v

⁸⁸ BRODSKÝ, J., 2018. *Time management*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <http://www.ustavprava.cz/cz/sekce/time-management-750/>

⁸⁹CHOVANI.EU, 2018. *Úvod do timemanagementu*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/uvod-do-timemanagementu/c382>

hlavě, proto je dobré si své cíle vést v písemné podobě. Člověk by se měl na své cíle soustředit a snažit se dělat především ty aktivity, které pomáhají naplňovat jeho cíle. Každý cíl by měl být SMART specifický, měřitelný, akceptovatelný, realizovatelný, terminovaný.

Vilfredo Pareto přišel na pravidlo, které zdomácnělo v každém odvětví. Praxe ukazuje, že při řízení, rozhodování či plánování je třeba soustředit se především na oněch kritických 20 % činností, čímž lze dosáhnout 80 % možného efektu. Řídící práce je tak vykonávána s největším efektem. Abychom mohli určit těch 20% nejdůležitějších činností, musíme všem úkolům přiřadit priority.

STANOVENÍ PRIORIT

Priority

Ke každému stanovenému úkolu je potřeba přiřadit prioritu, kterou zastává ve vztahu k cíli. Priority lze členit na: A – důležité a naléhavé, B - důležité a nenaléhavé, C – nedůležité a naléhavé, D - nedůležité a nenaléhavé (Knoblauch, 2006).



ZAPAMATOVÁNÍ STANOVENÍ PRIORIT

- Priorita A - věci, které je potřeba vyřídit co nejdříve (pokud možno ještě dnes).
- Priorita B – věci, které sice nemusejí být vykonány dnes, ale jsou důležité pro dosažení cílů, tyto úkoly bývají často odsunovány, avšak jejich včasným vyřízením nevzniknou úkoly typu A. Je dobré každý den pracovat na alespoň jednom úkolu s prioritou B.
- Priorita C – tyto úkoly jsou sice nutné, ale nejsou důležité pro dosažení cílů, proto je nejlépe delegovat nebo odmítnout. Pokud je člověk splnit musí, neměl by jim věnovat příliš mnoho času.
- Priorita D – těmto věcem nemá příliš smysl se věnovat, i přesto, že mohou být zábavnější než úkoly s vyšší prioritou. Nevedou však k cílům.

KRÁTKODOBÉ A DLOUHODOBÉ CÍLE

Podle Knoblaucha (2006) potřebujeme krátkodobé cíle, abychom věděli, co budeme dělat dnes a dlouhodobé cíle, abychom mohli dát svým krátkodobým a střednědobým cílům význam a směr. U denního plánování se doporučuje plánovat si 60 % dne, 40 % je na nečekané události a nejrůznější vyrušení. Pro efektivnější plnění úkolů je dobré znát svůj biorytmus, v nejnávratnější fázi člověk udělá obtížné úkoly rychleji a efektivněji než ve fázích útlumových.

Na základě cílů se dělá⁹⁰:

Plány

- roční plán – cíle na další rok a plánované akce,
- měsíční plán,
- týdenní plán – je lepší mít přehled nad týdnem. Pokud se nám něco nepodaří něco stihnout, můžeme jednotlivé úkoly přemísťovat a prohazovat. Tím eliminujeme stres. Týdenní plánování je přehledně zaznamenáno na jednom papíře. Víme, kde jsou mezery a kam co přesunout dle priorit. Je dobré si stanovit den, kdy připravit plán na následující týden. Vyhradit mu minimálně 1 hodinu týdně. Nástroje k přípravě plánu: tužka, guma, papír (jednodušší forma) MS Outlook nebo MS Excel (pro IT nadšence), Smartphony synchronizované s PC (pro náročné nadšence do technologií).
- denní plán – člověk musí v jednom dni splnit denní plány. Plány na další den si doporučujeme naplánovat před odchodem z práce, a ne až na začátku dalšího pracovního dne. Úkoly, které jste v daném dni nestihli, přesuňte hned na následující pracovní den. U denního plánování se doporučuje plánovat si 60 % dne, 40 % je na nečekané události a nejrůznější vyrušení.

JAK NA DOBRÝ TIME MANAGEMENT V 9 KROCÍCH

Co můžete udělat proto, abyste se stali pány svého času a stihli vše, co máte naplánované⁹¹:

1. Uspořádejte si své pracovní místo - hromada papírů na pracovním stole a lístečky s připomínkami úkolů vás mohou značně rozptylovat od práce a způsobovat chaos a neorganizovanost. Začínějte pracovní den s čistou hlavou a čistým stolem. Uklid'te si svůj pracovní stůl, vyhod'te nepotřebné papíry a na očích mějte pouze seznam úkolů, který daný den musíte splnit.
2. Začněte plánováním - jednou z nejdůležitějších zásad správného time managementu je plánování. Ideálně si v neděli nebo pondělí ráno vyhrad'te čas na to, abyste si naplánovali, jaké aktivity vás v daném týdnu čekají, odhadněte také čas jednotlivých činností a počítejte i s rezervou. Pokud budete vědět, kolik času vám daný úkol zabere, jednoduše úkoly rozložíte do celého dne a vyhnete se pocitu, že nestíháte. Vždy se snažte své plány dodržet.
3. Pomůžte vám TO-DO list - svůj pracovní den snadno naplánujete s pomocí takzvaného TO-DO listu, na který sepíšete všechny úkoly a postupně je budete odškrtnávat. Aby byl váš TO-DO list co nejefektivnější, snažte se dodržovat několik pravidel. Každý večer sepíšte důležité úkoly, které vás následující den

⁹⁰ CHOVAŇ.EU, 2018. *Plánování času*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/planovani-casu/c383>

⁹¹PRIUVODCEPODNIKANIM.CZ, 2021, Time management: Jak organizovat svůj pracovní čas (nejen) v předvánočním období. [online] [vid. 8.1.2024]. Dostupné z <https://www.pruvodcepodnikanim.cz/clanek/time-management/>

čekají a seřadte je podle důležitosti. Při jejich plnění začněte od prvního úkolu a až po jeho splnění přejděte k dalšímu. Pokud se vám některý z úkolů nepodaří splnit, přesuňte ho na následující den a označte ho vykřičníkem.

4. Stanovte si priority - ujasněte si, co je pro vás nejdůležitější. V případě, že byste se snažili stihnout naprosto všechno, nemuselo by se vám to podařit a ještě byste byli pod tlakem. A jak priority určit? Pomoci vám může takzvaný Eisenhowerův princip, který se skládá ze čtyř částí založených na různé míře urgentnosti. Podle tohoto principu dělíme úkoly na důležité a urgentní, důležité a neurgentní, nedůležité a urgentní a nedůležité a neurgentní. V první řadě byste se měli soustředit na úkoly, které jsou důležité a urgentní a je nutné je zvládnout ještě v ten den. Co se týče důležitých a neurgentních úkolů, naplánujte si, kdy se do nich pustíte. Nedůležité a urgentní úkoly zkuste delegovat na své zaměstnance nebo kolegy a nedůležité a neurgentní úkoly nedělejte vůbec, případně až na ně budete mít čas.
5. Zjistěte, kdy se vám pracuje nejlépe - o rozdělení lidí na sovy a ranní ptáčka jste už jistě někdy slyšeli. Americký doktor Michael Breuse však lidi podle jejich osobnostních rysů a kvality spánku dělí hned na čtyři chronotypy, a sice na lvy, medvědy, vlky a delfíny. Každý z těchto typů je produktivní v jiném čase a liší se i tím, kdy by měli plnit složitější úkoly nebo třeba jíst a spát. Pokud poznáte, který z těchto typů jste, může vám to pomoci lépe organizovat svůj čas a plnit důležité úkoly ve chvíli, kdy jste nejproduktivnější.
6. Jste lev, medvěd, vlk, nebo delfin? Ve společnosti je nejčastější chronotyp medvěda, kterému odpovídá až 55 % lidí. Medvědi dokážou pracovat kdykoliv od rána od sedmi do jedenácti večer. Odpoledne na ně ale padá únava a v noci si potřebují dopřát vydatný spánek. Lvům nedělá problém brzké vstávání a dokážou se brzy ráno soustředit na práci, kolem odpoledne na ně ale padá únava a mají tendenci chodit dříve spát. Vlkům se ráno hůře vstává, nejproduktivnější jsou v odpoledních a večerních hodinách. Delfíni mívají problém v noci přestat myslet a hůře spí a nejproduktivnější jsou mezi devátou a desátou hodinou dopoledne. To, jaký jste chronotyp vy, můžete zjistit díky tomuto kvízu
7. Delegujte práci - ne všechno musíte zvládnout sami. Pokud se na vás navaluje čím dál tím více práce, zkuste ji delegovat na ostatní. I když ze začátku budete muset věnovat čas proškolení zaměstnanců, vrátí se vám to mnohonásobně ve chvíli, kdy se danou činnost naučí a pravidelně ji budou dělat za vás.
8. Nezapomínejte na přestávky a odměňte se - pokud už se na daný úkol nedokážete soustředit a cítíte se unavení, udělejte si krátkou přestávku, ideálně se jděte projít na čerstvý vzduch. Vytvořte si také příjemné pracovní prostředí a až splníte všechny úkoly, odměňte se, třeba něčím dobrým k jídlu.
9. Trénujte soustředění - práci zvládnete podstatně rychleji, když se na ni budete dokonale soustředit. Jak se ale lépe soustředit? Jednou z možností je meditace, kterou byste ideálně měli zařadit do každého pracovního dne. Koncentraci

můžete také vypilovat čtením, zkuste si bez přestávky číst 30 minut a postupně čas zvyšte na hodinu nebo dvě.

PARETOVO PRAVIDLO 80/20

Paretovo pravidlo je možné aplikovat na řadu situací v životě a je možné jej použít i při plánování času. Znamená, že 20 % úsilí přináší 80 % výsledky. Toto pravidlo nemá úplnou platnost, ale dá se použít k přibližným výpočtům.

Zloději času

Člověk by se měl podle Knoblaucha (2006) naučit rozpoznat své **zloděje času** a pokusit se je co nejvíce eliminovat. Mezi nejčastější zloděje času patří nestanovené priority a cíle, neplánování, dělání příliš mnoha věcí najednou, neschopnost říci ne, vyrušování jinými lidmi, odkládání atp. Můžeme zloděje času nazvat také jako žrouť času. Nedostatečné, ale i přílišné věnování se danému bodu je žroutem času. Mezi žrouty času patří⁹²:

- psací stůl – pořádek na něm i v něm, ve skříních,
- archivace dokumentů – papírová, počítačová,
- email versus osobní kontakt,
- telefonní či osobní konverzace,
- cíle a priority, naplánované úkoly,
- sběr informací,
- porady, schůze – příprava, časové vymezení,
- prokrastinace, sebekázeň, netrpělivost,
- hlučné prostředí,
- vyřizování osobních záležitostí a
- povídání s kolegy.

Toman (školitel a motivátor)⁹³ uvádí Zloděje času, za které si většinou můžeme sami:“

- vyrušování,
- měnící se priority,
- odkládání věcí na poslední chvíli,
- čekání na odpovědi, přepisování úkolů,
- dostávání se „do obrazu“.

Člověk by se měl naučit rozpoznat své zloděje času a pokusit se je co nejvíce eliminovat. Mezi nejčastější zloděje času patří nestanovené priority a cíle, neplánování, dělání příliš věcí najednou, neschopnost říci ne, vyrušování jinými lidmi, odkládání atp.

⁹² VŠCHT, 2018. *Time management. Jak efektivně využívat svůj čas*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <https://kem.vscht.cz/files/uzel/0012237/13.%20Time%20management.pdf?redirected>

⁹³ TOMAN, I., 20. Zloději času. <https://ezisk.aion.cz/clanek/itemid/59197/>

Sedm pravidel pro účinný time management⁹⁴:

- dělat věci podle stanovených priorit,
- delegování povinností,
- efektivně využívat pomůcky,
- systematické plánování času,
- umět říci ne,
- informovanost,
- rušivé vlivy a časové rezervy (60 % plán a 40 % spontánní pracovní aktivity),

Klement⁹⁵ (2014) uvádí rovněž 7 pravidel pro jednoduchý, ale účinný time management, která se však od předcházející kategorizace liší:

- dělat věci podle priorit.
- umět s věcmi "švihnout".
- co mohou dělat jiní, ať dělají jiní.
- svět se beze mne nezblázní.
- být nekompromisní.
- umět se ovládat.
- používat efektivně ty nejlepší pomůcky.

PRACOVNÍ KOLEKTIV

Tým

V pracovních týmech českých firem jsou nejčastěji muži mezi třicítkou a čtyřicítkou, běloši, heterosexuálové. Jejich výkony jsou "běžné". Pokud ale firmy dají dohromady muže, ženy, staré, mladé, Čechy, cizince, křesťany, židy, zdravé i postižené... pracovní výsledky jsou lepší. Různorodé týmy jsou o 15 procent výkonnější. Mezinárodní průzkumy to dokládají. Smíšené týmy přinášejí firmě více úhlů pohledu, nápadů, názorů a zkušeností. V nejvyšším vedení českých firem je pouze osm procent žen. Smíšené týmy mají obrovský potenciál pro nacházení nových, neotřelých a úspěšných řešení.⁹⁶

Společenská etiketa není všude stejná⁹⁷. Co se u jedné národnosti považuje za zdvořilé, může být u jiných naprosto nepřijatelné:

Podání ruky

- podání ruky:

⁹⁴ REVIS, 2011. 7 pravidel pro účinný time management. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <http://podnikaniprozivot.cz/7-pravidel-pro-ucinny-time-management.html>

⁹⁵ KLEMENT, J., 2014. *Pravidla pro jednoduchý, ale účinný time management*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <https://lektor-konzultant-kouc-poradce.webnode.cz/news/pravidla-pro-jednoduchy-ale-ucinny-time-management/>

⁹⁶ IDNES.CZ, 2018. *Co pomáhá firmě k úspěchu? Rozmanitost pracovního kolektivu*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z https://finance.idnes.cz/smiseny-pracovni-kolektiv-pracuje-lepe-fcl-/podnikani.aspx?c=A120515_1778109_podnikani_bab

Oslovení

⁹⁷ HOVORKOVÁ, K., 2012. *Malý kurz etikety: jak se chovat, když máte v práci multikulturní tým*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z https://finance.idnes.cz/pravidla-chovani-v-mezinarodnim-tymu-dw5-/podnikani.aspx?c=A120515_1778110_podnikani_bab

- krátké a silné potřesení rukou se v USA považuje za projev přílišného sebevědomí a mužnosti. Ochablý stisk se však pokládá za projev homosexuality.
- v Africe je letmé stisknutí ideální. Tam navíc může potřesení rukou trvat až několik minut.
- v Japonsku se při seznamování raději uklánějte a čím větší úklon, tím větší úcta.
- v Česku, a vlastně ve většině evropských zemí, se považuje za slušné potřást si rukou s pevnějším stiskem a dívat se přitom druhému do očí.
- oslovování:
 - Američané a Britové často používají křestní jméno.
 - ve východní Evropě je spíše zvykem oslovovat se pane, paní s příjmením.
 - česká specialita – dost si potrpíme na používání titulů. A to se v západní Evropě ani nikde jinde ve světě moc nenosí.
- pracovní oběd - půjdete s kolegy na pracovní oběd a uvidíte pěknou dívku nebo zajímavého muže:
 - ve Velké Británii by na ně nekoukali,
 - ve Francii ano - Francouzi považují sledování druhého pohlaví na ulici za normální.

DEFINICE TEAMBUILDINGU



Teambuilding je podle serveru chovani.eu⁹⁸ je spojení převzaté z angličtiny team= tým, building= budování tj. budování týmu. Tři pilíře teambuildingu = zážitek - zpětná vazba - nová zkušenost.

Teambuildingový program

Teambuilding představuje vzdělání v podobě zážitku. Společně vyřešit netradiční úkoly, snažit se překonat výzvy. Připravené aktivity se nejčastěji odehrávají venku v přírodě. Hlavním cílem je získat motivaci pro práci v kolektivu formou her. Pomáhá nám zlepšit pracovní výkon a podpořit vzájemnou spolupráci zúčastněných. Průběh teambuildingového programu zahrnuje instrukce (lektor přednese účastníkům instrukce pro jednotlivé aktivity, aktivity (hlavní část programu) a zpětnou vazbu neboli Debriefing. Neadekvátní očekávání, nejasné cíle, nízká motivace a počet účastníků jsou bariérami teambuildingu. **Teambuildingové akce** rozlišujeme do několika akcí⁹⁹:

- Fun / Event je program, který umožní svým účastníkům zprostředkovat nevšední zážitek založený na zábavě a odreagování se od běžného pracovního života.
- Teamspirit je tzv. zábava s přidanou hodnotou. Program je vhodný pro menší skupiny, celé pracovní týmy i kompletní firemní strukturu. Snažíme se jim uskutečnit

⁹⁸ CHOVANI.EU, 2018. *Teambuilding*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/team-building/c397>

⁹⁹ CHOVANI.EU, 2018. *Teambuilding*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/team-building/c397>

neobvyklý, nevšední zážitek různými dynamickými programy např. adrenalinové sporty.

- Teambuilding cílem je systematické budování a rozvoj týmu. Snaží se ho neustále vést ke zlepšení jeho výkonu. Organizátoři mají sestavený přesný program, který nutí ostatní k vzájemné spolupráci
- Teamwork je zefektivnění spolupráce týmu. Hlavním cílem je zmapovat charakteristické rysy fungování pracovní skupiny, připomenout hlavní principy efektivní spolupráce, dosažení žádoucích změn chování, případně i posun v postojích, řešení konfliktů.

**Creative
Teambuil-
ding**

Creative Teambuilding¹⁰⁰ přinese zaměstnancům a manažerům nejen spoustu legrace, ale také možnost se navzájem poznat z nových úhlů. To vše při společných úkolech, které kromě všeho posílí firemní kulturu. Všechny teambuildingové aktivity jsou sice zábavné, ale také užitečné. Creative Teambuilding se zaměřuje na tvorbu produktů, které můžete využít jako originální firemní dárky pro své obchodní partnery, VIP zákazníky nebo třeba kolegy. Volit lze z několika preferencí: vinařství (Výroba vlastního vína), pivovary (Výroba vlastního piva), včelařství (Výroba vlastního medu), čokoládovny (Výroba vlastní čokolády), foukání skla, výroba svíček, letecké vyhlídky, wellness a spa; firma poskytuje rovněž možnost doplňkových programů jako jsou kvízy, teamové hry, aj.



ÚKOL K ZAMYŠLENÍ

Uveďte příklady firem nabízejících možnosti teambuildingu ve Středočeském kraji. Odpovědi konfrontujte se studenty na semináři.



OTÁZKY

1. Měli by na pracovišti jako první zdravít podřízení šéfa, bez ohledu na věk a pohlaví?
2. Patří mezi tři pilíře teambuildingu: zážitek, zpětná vazba a spokojenost?
3. Je na poradě podávání ruky vhodné jen při velkých sešlostech?
4. Dle univerzálního modelu si muž oblékne na pohovor sportovní oblek s košilí a doplní jej botami.

¹⁰⁰ Creative Teambuilding, 2023. [online] [vid. 20.11.2023]. Dostupné z https://www.creativeteambuilding.cz/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA3JCvBhA8EiwA4kujZttKgqfaCE-liye_28qH1BuLjFC1cUVKZ72etf5mZBRGaOUu45R-CPBoCeuQQA vD_BwE

5. Paretovo pravidlo znamená, že 80 % úsilí přináší 20 % výsledky.
 6. Teambuilding znamená dělat věci podle priorit.
 7. Archivace dokumentů patří mezi žrouty času.
-

ODPOVĚDI



1. ano, 2. ne, 3. ne, 4. ne, 5. ne, 6. ne, 7. ano.

SHRNUTÍ KAPITOLY



Přechod absolventů do praxe významnou životní křižovatkou. Na uplatnění v zaměstnání působí mnoho faktorů jako například situace na trhu práce, absolvovaná vzdělávací cesta, získaná úroveň vzdělání a obor. Rozhodování o vzdělání ovlivňuje budoucí možnost uplatnění na trhu práce, úroveň finančního ohodnocení, i celkovou životní úroveň a sociální status. Usnadnit vstup do zaměstnání si můžeme přizpůsobením oblečení pracovnímu místu, používáním zásad slušného chování, komunikací se zkušenějšími kolegy, vyvarování se unáhlených rozhodnutí, neprosazováním názorů za každou. Na zahájení pracovní dráhy působí mnoho aspektů: aktuální situací na trhu práce, získanými znalostmi a dovednostmi, perspektivností absolvovaného oboru, zájmem zaměstnavatelů, strategiemi hledání prvního zaměstnání. Rozlišujeme 2 strategie hledání prvního zaměstnání: formální způsob a neformální způsob. Informace o pracovních místech lze získat od přátel a známých, na Úřadu práce, z inzerátů, prostřednictvím agentur a rovněž na internetu nebo také vlastní informační sítí, sledování webových stránek, účast na fórech a prezentacích firem, podniků a škol. Existuje mnoho rad, jak si najít práci, jak se prezentovat při hledání práce, čeho se vyvarovat.

Smyslem přijímacího pohovoru je zjistit, zda si podnik i uchazeč navzájem vyhovují a mají zájem o budoucí spolupráci. Zaměstnavatele zajímají tři věci: kvalifikace a dovednosti, zkušenosti a profesionální minulost a osobnost charakter. Na přijímacím pohovoru se očekává včasný příchod, základní znalosti o firmě, vhodné oblečení, slušné vychování. Pro muže je za vhodné oblečení na pracovní pohovor považován dobře padnoucí oblek, kvalitní a čisté boty, business aktovka, tím nemůžete nic zkazit. Pro ženy to mohou být šaty, kvalitní kabelka a boty. Univerzální model pro pohovor tvoří u muže vycházkový oblek s jednobarevnou košilí, nevтіravou kravatou, šněrovacími botami. U ženy tvoří univerzální model kostýmek decentní barvy, halenka bez vyzývavého dekoltu, lodičky a punčochy.

Chování na pracovišti se řídí společenskými pravidly. Každý zaměstnanec by měl mít povědomí o tom, jak se správně chovat na pracovišti, jak správně zdravít, jak podávat ruku, dodržovat zásady hygieny, estetiky práce, zásady nehluchnosti, dodržovat bezpečnostní

předpisy apod. Oblékání na pracovišti má také svá pravidla, zaměstnavatel může nařídít používání pracovního oděvu. Styl oblékání v práci, pro pracovní jednání, styk se zákazníky a klienty se nazývá business dress code a liší se pro ženy a muže.

Nadřízený pracovník – šéf, musí zvážit, zda chce oslavit svůj nástup a čeho tím chce dosáhnout. Musí vědět, jak se má správně chovat k podřízeným a ke kolegům. Měl by mít spravedlivý přístup ke všem, dát příležitost k dalšímu rozvoji a postupu, zastat se svého týmu, dát dostatek svobody, být konkrétní v cílech a požadavcích, být průvodcem a pomocníkem, ochotně přijmout od pracovníků zpětnou vazbu. S vedením lidí může vedoucím pracovníkům pomoci model SCARF (Status, Jistota, Autonomie, Vztahovost, Férovost).

Firmy mohou používat etický kodex, který vymezuje firemní a etické hodnoty chování ve společnosti, je součástí komplexního systému interních firemních opatření a postupů pro prevenci, detekci a reakci na případná trestněprávní nebo neetická jednání a je strategickou součástí firemní kultury.

Time management je soubor dovedností pro lepší využití svého času k dosažení produktivity. Mezi nejčastější zloděje času patří nestanovené priority a cíle, neplánování, děláni příliš mnoha věcí najednou, neschopnost říci ne, vyrušování jinými lidmi, odkládání, dostávání se „do obrazu“, přepisování úkolů, odkládání věcí na poslední chvíli atp.

Společenská etiketa na pracovišti není všude stejná, co se u jedné národnosti považuje za zdvořilé, může být u jiných naprosto nepřijatelné.

5. ETIKA SPOLEČENSKÝCH AKCÍ A V PODNIKÁNÍ

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Základním zásadám společenského chování při návštěvě různých společenských akcí budou představeny v této kapitole. Jedná se o divadlo, kino, vernisáž, koncerty, plesy, taneční zábavy, večírky, promoce, svatební hostiny. Také budou popsána pravidla chování na vybraných podnikových akcích. V další části kapitoly budou studenti seznámeni se základními pravidly stolování, rodinným a svátečním stolováním.

CÍLE KAPITOLY



Konkrétní výčet schopností, dovedností, kompetencí, které by měl student po prostudování kapitoly ovládat nebo dosáhnout:

- objasnit základní zásady společenského chování,
- charakterizovat základní zásady společenského chování při návštěvě vybraných společenských akcí,
- charakterizovat pravidla etikety na vybraných společenských akcích jako jsou v divadle, kině, na koncertě, plese, taneční zábavě, na promociích, na vybraných podnikových akcích,
- vyjmenovat témata, o kterých se ve společnosti nehovoří,
- vysvětlit význam pravidel stolování,
- rozdělit pravidla stolování a dvě kategorie charakterizovat.

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Zásady, společenské chování, společenské akce, divadlo, kino, vernisáž, koncerty, plesy, taneční zábavy, promoce, svatební hostina, firemní večírky, rauty, pravidla stolování, rodinné stolování, sváteční stolování.

5.1 Základní zásady společenského chování na vybraných společenských akcích

Jak uvádí Kajzar (2013, s. 5) pravidla společenského styku se neustále rychleji či pomaleji mění a přizpůsobují se měnícím se potřebám. Jejich vlastností je, že jsou relativní v čase a prostoru. Přes tuto relativnost je možné stanovit tři univerzálně platné základní zásady společenského chování slušnost, zdvořilost, takt.



K ZAPAMATOVÁNÍ SPOLEČENSKÉ CHOVÁNÍ

Podle Gullové (2013, s. 12) je společenské chování souhrn pravidel, norem a zvyklostí, tradic a nepsaných zákonů, které určují naše chování ve společnosti. Jednotlivá pravidla společenského chování vycházejí z momentálních potřeb společnosti a jejich obsah je ovlivněn geografickými, politickými, hospodářskými, kulturními a náboženskými vlivy. Společenské chování se mění v závislosti na vývoji společnosti.

V lidském chování spousta lidí pravidla podceňuje a teprve ve chvíli, kdy se dostanou do trapné situace, při které sice nejde o majetek ani o život, ale jen o znalost pravidla, o tom začnou přemýšlet. Existují však také základní zásady taktního chování, které nám mohou pomoci se chovat v běžném životě.



K ZAPAMATOVÁNÍ ZÁKLADNÍ ZÁSADY TAKTNÍHO CHOVÁNÍ

Mezi základní zásady taktního chování můžeme zařadit např. následující rady (Kajzar, 2013, s. 5):

- v každém člověku předpokládáme a hledáme jeho pozitivní stránky, nikoho neposuzujeme ukvapeně,
- nesnažíme se získat výhody na úkor jiných,
- vůči jiným lidem se chováme s respektem, ať je jejich společenské postavení jakékoliv, respektujeme jejich názory,
- snažíme se vcítit do postavení druhého, podívat se na problém jeho očima,
- jsme tolerantní k chybám druhých a snažíme se z nich poučit,
- snažíme se dostát danému slovu a plnit sliby,
- vyhýbáme se konfliktům a hádkám,

Opakem taktu je netaktnost. Patří k ní neustálé zdůrazňování vlastní osoby, názorů a problémů, vynášení intimít, pomlouvání, nevhodná zvědavost, pletichaření, atd. Ovládání

pravidel společenského styku usnadňuje jedinci styk s lidmi, ovlivňuje jeho úspěšnost ve společnosti a má pozitivní vliv na jeho sebevědomí a sebejistotu.

Arthur Schopenhauer řekl, že zdvořilost dělá s lidmi totéž, co teplo s voskem. Proto je třeba na toto pravidlo myslet, když budeme jednat s jinými lidmi.

Jak uvádí někteří autoři, kteří se věnují etiketě a společenskému chování, např. Mathé a Špaček (2005), Špaček (2008), Smejkal a Bachrachová (2011), **do divadla, kina, koncertního sálu atd. chodíme kvůli uměleckému zážitku**. Telefony vypínáme hned před začátkem nebo na začátku společenských akcí. Řešení telefonátu není v možnosti využít handsfree. Tam, kde nelze hovor přijmout, se můžeme kvůli naléhavému telefonátu vzdálit.

Zamyslíme-li se nad logikou společenských pravidel a kulturního chování v těchto zařízeních, zjistíme, že jejich vnitřním smyslem je umožnit nám a zároveň i ostatním návštěvníkům, co nejlépe tento zážitek vychutnat.

K ZAPAMATOVÁNÍ PRAVIDLA SPOLEČENSKÉHO CHOVÁNÍ



Do divadla, kina, koncertního sálu apod. chodíme vždycky včas. Nerušíme svým příchodem ostatní. I požadavek společenského oblečení při návštěvě kulturního zařízení má svou logiku. Vytrhuje nás totiž ze všedního obyčejného dne, uvádí nás do jiné nálady, utváří atmosféru výjimečnosti. V oblékání je důležité ctít svůj věk a společenské postavení, které v rozumné míře působíme konvencím daného prostředí.

V DIVADLE

Podle Špačka (2008), Smejkala a Bachrachové (2011) v šatně pomáhá muž ženě, mladší staršímu. Protože jsme přišli včas, nemusíme se cpát ve frontě, víme, že všechno zvládneme v klidu. Do divadelního sálu vstupuje vždy první muž, má i u sebe lístky, které předá uvaďečce. Na divadelním programu nešetříme. Jsou v něm vždy uvedeny informace, které nás orientují a rozšiřují náš kulturní obzor. Zvláště v německy mluvících zemích jsou divadelní programy unikátní publikace, které originálním a vyčerpávajícím způsobem zpracovávají široké souvislosti. Jdete-li s partnerkou, koupíte program vždy, třeba si právě na tento večer bude chtít někdy vzpomenout.

Do řady sedadel vstupuje zásadně první muž, a to čelem k sedícím. (Je vhodné si ovšem předem zkontrolovat lístky a máte-li je do středu řady, usadíte se včas, Jsou-li na krajní sedadla, je naopak vhodné počkat do prvního zazvonění.)¹⁰¹

¹⁰¹ WEBOVÝ PORTÁL CHOVÁNÍ.EU, 2018. Ve společnosti. [online] 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/kultura/m160>

Pozdní příchod

Opožděný příchod do divadla je společensky tolerovatelný pouze do lóže. Opozdilý návštěvník setrvává v pozadí, pozdraví se s ostatními a usedne teprve o přestávce. Usednout ihned může jedině, je-li volné zadní sedadlo. Přijde-li pozdě dáma, nejbližší sedící muž se o ni postará nebo jí nabídne svoje sedadlo. Dáma v přítomnosti sedících mužů stát nemůže, čím přesněji, muž nemůže sedět, stojí-li dáma. Při průchodu řadou se omezíme na nejstručnější zdvořilostní slůvka, dovolte a děkuji. Tělesný kontakt je v těchto chvílích tak blízký, že nemusí být každému příjemný, a ohleduplný člověk jej zkrátí na minimum. Společensky významné sedadlo je po pravé ruce.

Přední místa v lóži patří dámám. Dáma nejvýznamnějšího muže ve společnosti sedí vždy na místě, které zaručuje nejlepší výhled. V boční lóži jde o místo v rohu vzdálenějším od jeviště. V lóži umístěné proti jevišti je nejčestnější místo ve středu první řady, druhé je po pravé straně, třetí po straně levé.

Rozhovor před započítím představení by měl být samozřejmě tlumený, je naprosto nevhodné zdravit výraznými gesty případně známé (možné je pouze pokynutí hlavou), hlasitě zdravit a jinak na sebe upozorňovat je nepřipustné.

O přestávce (obvykle bývá pouze jedna) máme možnost občerstvit se, prohlédnout si foyer, pozdravit se známými, Platí zásada, že muž nenechá nikdy dámu, kterou doprovází, samotnou v hledišti. Nechce-li se projít dáma, nejde ani muž.

Potlesk

Na konci představení zatleskáme vždy; když se nám nelíbilo, alespoň krátce. Nikdy se po skončení produkce nevrháme ihned k šatnám, je to neslušné. Tlačí-li se okolo nás jiní nevychovaní návštěvníci, nejsme povinni vstávat a uvolňovat jim cestu.



ÚKOL K ZAMYŠLENÍ

Uveďte příklady nevhodného chování v divadle. Odpovědi konfrontujte se studenty na semináři.

V KINĚ

Podle Špačka (2008), Smejkal a Bachrachové (2011) návštěvu kina nepokládáme za výjimečnou společenskou událost. Stačí oblečení běžné na veřejnosti. Ve svých reakcích bychom se měli tlumit, v tomto případě ostatní návštěvníky rušíme.

Kino a telefon

Před každým představením vypneme mobilní telefon. Známé zdravíme nenápadně. V kině konzumujeme tiše. Je zdvořilé vůči tvůrcům filmu setrvat na místě až do chvíle, kdy skončí závěrečné titulky.

Výjimečnou příležitostí jsou filmové premiéry. Vstup na ně je obvykle na pozvánky. Významu této události by mělo odpovídat společenské oblečení. Platí zde zásada, že zde nežvýkáme.¹⁰²

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



S jakým nevhodným chováním jste se setkali v kině? Odpovědi konfrontujte se studenty na semináři.

NA VERNISÁŽI

Vernisáž je francouzského původu a znamená slavnostní otevření výstavy uměleckých děl. Vernisáž neboli slavnostní zahájení výstavy, otevření nové budovy, nové expozice, tedy slavnostní představení nějakého nového díla veřejnosti, se obvykle skládá z několika částí. Jednoho či více proslovů, prohlídky expozice a pohoštění typu číše vína či malého rautu. Vernisáž může provázet i krátký umělecký program jako hudba, zpěv, recitace apod. Při vernisáži výstavy kromě pořadatele (organizátora výstavy) obvykle promluví i odborník, který by měl krátce, tedy nikoli přednáškou určenou pro univerzitní publikum, přiblížit význam tvůrce či skupiny tvůrců a jejich dílo. Pak následuje prohlídka expozice, u výstav s uměleckým zaměřením může provádět pozvané hosty sám autor výstavy. Teprve po prohlídce se všichni sejdou v místnosti, kde je připraveno pohoštění.

Pozvánka
na vernisáž

Na základě pozvánky na vernisáž obvykle můžeme přijít s partnerem/partnerkou či kolegou/kolegyní. Hosté po celou dobu vernisáže stojí a jejich oblečení bývá méně formální, vernisáže probíhají v jakoukoli denní dobu, jen zřídka večer.

Je vhodné vystavujícímu umělci po prohlídce jeho děl blahopřát a obdarovat květinami, obzvláště pokud se jedná o našeho dobrého přítele. Vernisáži se velice podobá křest knihy, obvykle pohovoří nakladatel, potom literární vědec a na řadu přijde i autor samotného díla. Velmi často jsou přizvány celebrity, aby CD či knihu pokřtily sektem. Po proslovech nastává autogramiáda. Konec bývá zakončen přípitkem.¹⁰³

NA KONCERTĚ, PLESE, TANEČNÍ ZÁBAVĚ

Podle Špačka (2008), Smejkal a Bachrachové (2011) pro návštěvu koncertů platí obdobné obecné zásady jako pro divadlo. Vyvarujeme se ovšem jakýchkoli projevů během produkce. Jsme-li nachlazení, kýcháme nebo kašleme, na koncert nechodíme. Bereme-li s

¹⁰² WEBOVÝ PORTÁL CHOVÁNÍ.EU, 2018. Ve společnosti. [online] 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/kultura/m160>

¹⁰³ Tamtéž

sebou děti, musíme mít jistotu, že jsou opravdu slušně vychované a disciplinované a dokáží sedět, často více než dvě hodiny, v klidu.

Koncert Na koncertě se tleská po provedení celého díla, ne po jednotlivých větách skladby. Při obzvlášť vydařených, strhujících koncertech jsou společensky tolerovány temperamentnější projevy uznání, např. volání bravo, dupání.

Na koncertě třeba filharmonie tleskáme až po skončení celého díla, ne po jednotlivých větách nebo částech. Tímto bychom mohli rušit hudebníky ze soustředění. V programu máme jednotlivé věty pojmenovány, to podle rytmu a nálady skladby.

Spočítáme si, kolik jich je, a když jsou všechny, pustíme se do potlesku. Některé národy tleskání vůbec neznají. Hluchoněmí tleskají tím, že otáčejí dlaněmi obou rukou. Během děkovačky neodcházíme, je to nezdvořilé vůči těm, kteří účinkovali.

O šatnu (Špaček, 2019) se v divadle, kině nebo na koncertě vždy stará muž. Do kabátů nepomáháme jen ženám, muži pomáháme jen tehdy, je-li handicapován nebo výrazně starší.

Ples **Ples** je zároveň společenskou událostí i nejvyšší formou taneční zábavy. Na ples tedy nejedeme, nemáme-li v úmyslu tančit; s tímto odhodláním tam může jít pouze gardedáma. (Ani ona by však neměla odmítnout, požádá-li ji o tanec nejčastější tanečník její svěřenkyň.)

Na ples žena jde buď s větší společností, nebo v doprovodu alespoň jedné další osoby; tedy nejčastěji s partnerem, dívka s gardedámou, méně obvyklé je, jdou-li dvě přítelkyně. Sama se může na ples vydat dáma jedině v případě, je-li si jista, že se tam setká se známými, s kterými je předem domluvena. Žena, která přišla na ples pouze s partnerem, by měla odmítnout nabídky jiných mužů k tanci. Stačí věta -„Promiňte, jsem zadaná,“ Přijmout pozvání k tanci může tehdy, jestliže jde o muže, kterého oba dva znají. Na ples chodíme zásadně ve večerním. Pro pány je povinný přinejmenším tmavý oblek, Při reprezentativních plesech by měla mít dáma vždy velkou večerní toaletu, její partner by měl mít frak, přípustný je i smoking.

Jdeme-li ve skupině, pak je povinností pánů požádat o tanec všechny dámy z tohoto okruhu. Přirozeně, že své partnerce se věnujeme nejvíce a nevyznamenáváme svou přízní některou z dalších dam.

Po skončení tance doprovodí tanečník partnerku na místo a za tanec poděkuje. Opustit partnerku na parketu je naprosto neomluvitelné, i kdybychom byli sebevíc zklamáni. Gentleman ovšem zklamání nedá nikdy najevo, a to ani mrknutím oka.

Na jiných **tanečních zábavách**, než je ples (v kavárnách s tancem, vinárnách, odpoledních čajích, tanečních večírcích apod.) je povoleno méně obřadné chování. Můžete požádat o tanec cizí ženu, dovolíte se ovšem její společnosti.¹⁰⁴

Jak také uvádí Špaček (2008), Smejkal a Bachrachová (2011), **taneční bary, vinárny** k tanci hraje menší skupina hudebníků či reprodukováná hudba. Cílem je dobře se pobavit a uvolnit. Oblečení volíme dle dané akce. **Diskotéka je** určitý druh taneční zábavy určený především pro mladší veřejnost. Podle svého vkusu si volte oblečení. Vše záleží také na druhu odehrávané hudby (disko, dance, rap, techno, haus, apod.). Tanec nemá předepsané kreace, všichni tančí dle vlastních pocitů. **Taneční zábavy** lidového rázu jsou určeny pro širokou veřejnost za účelem tance, zábavy a bývá zde i tombola. Kapela hraje i směsi různých tanců. Je zde možnost i hrát na přání hostů. Zúčastnění přicházejí ve většině případů na uvedenou dobu zahájení, odcházejí v pozdních nočních hodinách.¹⁰⁵

ÚKOL K ZAMYŠLENÍ



Uveďte příklady nevhodného oblečení a chování na plese. Odpovědi konfrontujte se studenty na semináři.

NA PROMOCÍCH

Podle webového portálu Chování.eu (2018) slovo promoce pochází z latinského promotio, od pro - moveo, postrčit, podpořit. Patří mezi mimořádné rodinné události a společenské akce. Promoce je slavnostní předání diplomů a završuje univerzitní studium nebo další akademické či vědecké tituly. Místem konání je v nejhonosnějších sálech univerzit, které mají historický význam pro školu. V sálech diváky tvoří příbuzní a známí, kteří vstupují do místnosti jako první. Pro pány je vhodný tmavý oblek, světlá košile, kravata. Oblečení dam odpovídá obleku muže ... Vhodný dárek je květina. Hodí se uspořádat slavnostní oběd.¹⁰⁶

Promoce – ceremoniál

Ceremoniál začíná příchodem čerstvých absolventů, za nimi následuje průvod akademických hodnostářův talárech a jako poslední přicházejí ti nejvýznamnější, děkan fakulty a rektor vysoké školy. Pak probíhá ceremoniál, při kterém absolventi složí slib na žezlo fakulty a převezmou diplom o ukončení studia. Během obřadu hosté sedí, jen při čtení slibu povstanou. Za zvuku univerzitní hymny Gaudeamus igitur pak odcházejí nejprve rektor, pak děkan a ostatní akademičtí hodnostáři, za nimi pak promovani absolventi. Ke gratulaci se dostaneme, jak vyjdeme z auly ven. Tam teprve budeme mít příležitost blahopřát a pře-

¹⁰⁴ WEBOVÝ PORTÁL CHOVÁNÍ.EU, 2018. Ve společnosti. [online] 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/kultura/m160>

¹⁰⁵ Tamtéž

¹⁰⁶ Tamtéž

dat květiny, s dary ještě počkáme. Bývá totiž zvykem, že hrdý otec uspořádá pro novopečeného magistra, inženýra, doktora a další hosty oběd, kde lze dary k promoci předat. Může to být krásné plnicí pero, kniha mimořádné hodnoty, hodníky nebo poukaz na dovolenou (Špaček, 2019, s. 284).

NA SVATEBNÍ HOSTINĚ

Jak uvádí Smejkal a Bachrachová (2011) svatební etiketa je bezpodmínečně spjata se svatbou, ale nejde jen o etiketu během svatebního dne. Bezprostředně s ní souvisí i svatební etiketa před svatbou, kdy je také vhodné řídit se určitými pravidly, díky kterým předejdete nechtěným situacím.¹⁰⁷

Svatba - sňatek

Svatba může probíhat buď jako civilní sňatek nebo jako církevní sňatek. V obou případech je povinností předložit matričním úřadem vydané osvědčení, že oba snoubenci splňují zákonné podmínky pro uzavření manželství. Ve výjimečných situacích dané zákonem, může oddat v zahraniční kapitán námořního plavidla, kapitán letadla s imatrikulačními znaky České republiky, ale také velitel vojenské jednotky. Svatbu je možno realizovat i v zahraniční na zastupitelském úřadě.

Pozvání na svatbu

Každý host by měl obdržet písemné pozvání na Vaši svatbu či svatební hostinu – za vhodný a elegantní způsob je považována klasická poštovní pozvánka, kde je buďto pouze samotná pozvánka na svatbu nebo je zde pozvánka na svatbu a k ní je ještě připojena kartička s pozvánkou ke svatebnímu stolu. Ke každému oznámení by měla pro lepší organizaci připojena poznámka a potvrzení o účasti, alespoň tak to hovoří svatební etiketa.¹⁰⁸ Obvykle nezůstáváme u formální pozvánky a zatelefonujeme příbuzným nebo přátelům a seznámíme je s průběhem svatebního dne a s dalšími pozvanými hosty. Sdělíme jim, jaké budeme mít oblečení, aby se mohli přizpůsobit. Každá svatba by měla mít svého manažera, manažerku, přičemž obvykle se jedná o kamaráda nebo svědka.

Výročí svatby

Existují také obřady k výročí svatby nebo tzv. obnovení manželského slibu. Ty nemají žádnou právní závaznost, proto při nich nemusejí být svědci a případná otázka úředníka státu nemá právní účinek. Jde jen o slavnost, která připomene léta soužití manželského páru. Některá výročí jsou jen záminkou pro setkání s přáteli a rodinnými příslušníky.

Tvar stolu

Stoly můžeme na svatební hostině uspořádat do těchto tvarů:

- **Uspořádání stolů do tvaru písmene U** - Jedná se o nejčastější uspořádání stolů na svatbě. U tohoto uspořádání sedí novomanželé uprostřed (ona po pravici). Po levici ženicha sedí jeho tchýně, po pravici nevěsty sedí její tchán. Matka ženicha a otec nevěsty sedí vedle svých životních partnerů, naproti novomanželů sedí svědkové se svými partnerkami, či partnery (je-li svědkem žena, sedí proti ženichovi, muž proti nevěstě). V dalším sledu sedí zpravidla prarodiče a ostatní

¹⁰⁷ Tamtéž

¹⁰⁸ WEBOVÝ PORTÁL BEREMESE.CZ, 2018. Znáte všechna pravidla svatební eti-kety? [online] 2018 [cit. 2018-02-10]. Dostupné z: <https://www.beremese.cz/svatebni-etiketa/>

hosté podle společenské významnosti. Neopomeňte fakt, že společensky významnější hosté sedí zády ke stěně s výhledem do prostor.

Stoly uspořádané do tvaru písmene U poskytují dobrou vizibilitu a usnadňují komunikaci. Toto uspořádání je vhodné pro menší až středně velké svatby. Umožňuje vynikající vizuální kontakt a usnadňuje rozhovory napříč stoly. Důležité je, rozmístíte stoly tak, aby všichni měli dobrý výhled na místo, kde se odehrávají hlavní svatební události.

- **Uspořádání stolů do tvaru písmene I** - Nejčestnější místo u tohoto typu uspořádání je uprostřed dlouhé strany (zpravidla čelem ke vchodu) a odtud se postupně rozsazují hosté dle zásad uvedených výše. Podle pravidel etikety by měli sedět novomanželé v čele stolu (nevěsta po pravici ženicha) a z každé strany jednoho z novomanželů jeho tchýně a tchán (tzn., že vedle Vás nesedí Vaši rodiče, ale rodiče partnera). Vedle rodičů pak sedí svědkové. Svědkyně po levé ruce nevěstina otce, svědek pak na opačné straně stolu. Dále hosty posadíme podle jejich společenské důležitosti, kde platí zejména pravidlo, že společensky významnější jsou příbuzní, potom přátelé a současně také pravidlo střídání pohlaví. Hosté tedy sedí v pořadí žena - muž - žena – muž atd. Tradiční dlouhé stoly jsou často používány na svatbách ve venkovském či rustikálním stylu. Hosté sedí podél jednoho nebo více dlouhých stolů, což vytváří pocit společenství a jednoty. Uspořádání stolu umožňuje snadnou dekoraci, jelikož můžete vytvořit jednotnou dekorační linii středem stolů. Skvěle vypadá na fotografiích, zvláště když je prostředí venkovní nebo má působivé pozadí. Komunikace je omezena na lidi sedící vedle sebe nebo naproti, což může ztížit interakci mezi vzdálenějšími hosty.
- **Uspořádání stolů do tvaru písmene T** - Nejčestnější místo je na spojnici obou ramének, tedy uprostřed krátké strany, která by v optimálním případě měla být naproti vchodu, rozsazení hostů je opět dle výše uvedených zásad.¹⁰⁹

Při svatbách se lze setkat i s následujícími možnostmi:

- **Kruhové stoly** - jsou oblíbenou volbou pro svatby všech velikostí, umožňují hostům sedět kolem dokola, což podporuje rozhovory a interakci. Uspořádání je esteticky příjemné, umožňuje různorodé dekorační možnosti. Avšak hosté sedící proti sobě mohou mít omezený výhled na dění mimo svůj stůl.
- **Stůl pro novomanžele** - oddělený stůl pro novomanžele je obvykle umístěn tak, aby byli dobře viditelní a mohli snadno komunikovat s ostatními hosty. Tento stůl může být také dekorován odlišně od ostatních, aby zdůraznil jeho význam.

¹⁰⁹ WEBOVÝ PORTÁL CHOVÁNÍ.EU, 2018. Ve společnosti. [online] 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/kultura/m160>

- Dětský stůl - speciálně upravený stůl pro dětské hosty s přizpůsobeným menu a dekoracemi. Toto uspořádání pomáhá zabavit děti a zároveň umožňuje rodičům věnovat se oslavě.

Každé z těchto uspořádání může vytvořit jinou atmosféru a má své výhody i nevýhody. Výběr závisí na velikosti svatby, prostoru, osobních preferencích novomanželů a očekávané sociální dynamice mezi hosty. Diskuze o těchto možnostech na semináři může poskytnout cenné nápady, které pomohou optimalizovat uspořádání stolů pro konkrétní svatební hostinu. Středové dekorace umístěte vždy tak, aby byly esteticky přitažlivé, ale nebránily výhledu.



ÚKOL K ZAMYŠLENÍ

Uveďte další možné příklady uspořádání stolů na svatební hostině. Odpovědi konfrontujte se studenty na semináři.

5.2 Etika chování na vybraných podnikových akcích

Vánoce, konec roku a příchod toho nového přímo vyzývají k seznání všech spolupracovníků, kolegů, zaměstnanců i obchodních partnerů na společenské setkání, takzvaný **firemní večírek**.

Večírek

Úspěch večírku záleží v první řadě na osobách pověřených organizací (sekretariát ředitele, personální oddělení) a jejich nasazení i na výběru doby konání akce. Tu je třeba koordinovat s jinými aktivitami (nevhodná doba uzávěrky, která vyřadí celé oddělení), v pátek zase odjíždějí lidé na chaty, hory a podobně. Dalším faktorem je výběr prostředí, restaurace, menu, typu zábavy, hudby. Významně závisí i na přístupu a aktivitě účastníků, jejich partnerů a všech pozvaných hostů. Každý večírek by měl začít přivítáním hostů, krátkým proslowem, výzvou k přípitku a večerí (či jiný typ občerstvení). Je neslušné během této doby odejít.¹¹⁰

Dále následuje pokyn k další zábavě. Významným příspěvkem ke zdárnému průběhu je dobrá nálada. Stále platí všechna pravidla společenského chování, ale jak často se komu podaří neformálně hovořit s přímým nadřízeným, stolovat s nejvyššími?

¹¹⁰ WEBOVÝ PORTÁL IDNES.CZ, 2002. I firemní večírek má svá pravidla etikety. [online] 2018 [cit. 2018-02-14]. Dostupné z: <https://finance.idnes.cz/i-firemni-vecirek-ma-sva-pravidla-etikety-fph-/podnikani.aspx?c=2002M295Z01A>

Z pozice zaměstnanců a hostů není na místě familiárnost a bodré žvásty, ale i ti nejvyšší by se měli snažit pohovořit s co největším počtem lidí, přátelsky se usmívat a vytvářet kolegiální, přátelskou atmosféru.¹¹¹

K ZAPAMATOVÁNÍ TĚMATA NEVHODNÁ PRO ROZHOVOR



Hovořit lze téměř o všem, ale jsou **témata, která se v dobré společnosti nevyskytují, jako např.:**

- peníze, výše platu, úžasné finanční možnosti, neustálý nárek nad nedostatkem,
- nemoci a jejich detailní popisy, mohou vyústit v hádku, kdo je na tom vlastně hůř,
- politika, přílišná kritika, nadšení, prosazování si svého,
- omšelé téma počasí,
- chmury v osobním životě a pikantní podrobnosti,
- náboženství, zvláště za přítomnosti zahraničních hostů, kdy se v tom nevyznáme.¹¹²

Trapasy

Obecně se vyplatí, že i když se královsky bavíme, je důležité podporovat svůj profesionální image. O jakémkoli trapasu, který se přihodí, budou druhý den vědět i ti kolegové, již na večírku vůbec nebyli. Image znamená typický vzhled člověka nebo jeho pověst. Jedná se o náš obraz v očích jiných, jak nás lidé vnímají, čím jsme typičtí a co na nás oceňují.

Co si obléci na firemní večírek? Žádná univerzální rada neexistuje. Pro každého je však lepší, když se smíří s faktem, že večírky jsou a budou, a proto je třeba se vybavit a myslet na ně tak trochu předem. Není většího zoufalství, než když žena shání na poslední chvíli slavnostní šaty, nebo si dokonce půjčuje od kolegyně oblečení, které jí tak úplně nesedí.

RAUT

Raut – welcome drink

Mnohem obvyklejší než banket, je raut¹¹³. Účelem rautu je navazování kontaktů. Raut je spojen s pohoštěním, ale zasedací pořádek neexistuje, protože hosté se prostorem volně pohybují. Pro rauty je typické přivítání welcome drinkem při vstupu na akci. Někdy jej podávají hostesky, jindy nápoj najdete na k tomu určeném stole. Občerstvení je na rautu samoobslužné, hosté si nejčastěji sami vybírají jídlo z nazdobených rautových stolů. Běžné ale je, že pokud menu tvoří i hotová jídla ve várnících, obsluhuje návštěvníky personál, který pokrm servíruje na talíř a následně jej podá přes stůl. Konzumace zpravidla probíhá

¹¹¹ WEBOVÝ PORTÁL NOVINKY.CZ, 2016. Pravidla etikety na firemním večírku. [online] 2018 [cit. 2018-02-14]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/vanoce/422204-pravidla-etikety-na-firemni-vecirku.html>

¹¹² WEBOVÝ PORTÁL IDNES.CZ, 2002. I firemní večírek má svá pravidla etikety. [online] 2018 [cit. 2018-02-14]. Dostupné z: <https://finance.idnes.cz/i-firemni-vecirek-ma-sva-pravidla-etikety-fph-/podnikani.aspx?c=2002M295Z01A>

¹¹³ REJDILKY.CZ, 2021. Etiketa na firemních a jiných společenských akcích. [online] 2023 [cit. 2023-12-11]., <https://www.rejdilky.cz/co-se-kde-deje/etiketa-na-firemni-vecirku-a-jinych-spolecenskych-akcich>

ve stoje u barových stolků. Raut může být součástí vernisáže, filmové či divadelní premiéry, slavnostního předávání cen, ale i firemních a jiných večírků.

Občerstvení

Občerstvení je na rautu samoobslužné¹¹⁴, hosté si nejčastěji sami vybírají jídlo z nazdobených rautových stolů. Běžné ale je, že pokud menu tvoří i hotová jídla ve várnících, obsluhuje návštěvníky personál, který pokrm servíruje na talíř a následně jej podá přes stůl. Konzumace zpravidla probíhá ve stoje u barových stolků. Raut může být součástí vernisáže, filmové či divadelní premiéry, slavnostního předávání cen, ale i firemních a jiných večírků.

Pořádání rautů se stalo součástí firemní kultury. Přesto někteří z jejich pravidelných návštěvníků občas tápou a neví, jak se na nich správně chovat. Přestože dokonale ovládáme techniku nabírání pokrmů, může se stát, že nám nějaký ten řízeček či plátek sýra upadne na zem. A jak se v tento okamžik zachovat? Každý slušně vychovaný člověk si řekne, že správně by měl odpadlý kousek jídla uklidit. To ale pravidla společenského chování vylučují. Pokud bychom tak totiž učinili, kam poté upadlé jídlo odložíme? Jednoduše odpadlý kousek nenápadně kopneme pod stůl, kde ho po skončení rautu personál spolu s dalšími najde a uklidí. Stejně postupujeme i v případě, že nám z ruky vyklouzne příbor či ubrousek.¹¹⁵

Chování při jídle

Na vybraných internetových portálech najdete také rady, jak se chovat v situacích, kdy Vám nějaké jídlo upadne na zem uprostřed místnosti. Důležité je zabránit tomu, aby na něm někdo uklouzl. Proto byste si měli nad hromádku stoupnout, dál si nerušeně povídat a přitom nenápadně vyhlížet obsluhu. Jakmile se servírka přiblíží, přivoláme ji pohledem a nenápadně jí ukážeme, k čemu zde došlo. Pak stále ještě vyčkáváme až do chvíle, kdy se servírka dostaví s lopatkou, a když je v bezpečné vzdálenosti, poděkujeme ji pohledem a sebejistě odcházíme pro další porci.

Slušností je zdravit. Na rautu by nás to mohlo přivést do trapné situace. Zvláště pokud se rozhodneme potřást rukou hostu, který má zrovna „plné ruce“ talířku s jídlem a sklenice s pitím.¹¹⁶ S pokročilou dobou se atmosféra na rautech uvolňuje, a s tím může přijít i nabídka tykání. Zde platí stejná pravidla jako při představování. Pokud si nejste jisti, zda tykání přijmout, můžete tuto nabídku zdvořile odmítnout.¹¹⁷

Posílnění alkoholem si však můžeme vykoledovat pořádný trapas. A to, pokud v opilosti nabídneme tykání svému šéfovi. Pokud vám v povznesené náladě nabídl tykání šéf a vy si nejste jisti, zda si to bude pamatovat i druhý den, raději mu vykejte.

¹¹⁴ dtto

¹¹⁵ WEBOVÝ PORTÁL CHOVÁNÍ.EU, 2018. Ve společnosti. [online] 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/kultura/m160>

¹¹⁶ WEBOVÝ PORTÁL PODNIKATEL.CZ, 2007. Rauty patří k manažerskému ži-votu. Víte, jak se na nich chovat? [online] 2018 [cit. 2018-02-14]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/jak-se-chovat-na-rautech/>

¹¹⁷ tamtéž

5.3 Pravidla stolování

Podle Špačka (2008) se při stolování projevuje připravenost ke společenskému styku, sebeovládání, ovládání pravidel společenského chování, společenský takt, zdvořilost a slušnost snad nejvýrazněji. Ocitne-li se někdo ve společnosti lidí znalých všech těchto jemností, měl by na sebe co nejméně upozorňovat a co nejvíce sledovat chování zkušenějších. Společenské chování je jako vše ostatní věcí cviku.

Zvládneme-li základní pravidla, pak si můžeme dopřát ze stolování stejnou radost, jakou měl klasik umění gastronomie Brillat-Savarin. Považuje stolování za jeden z nejdokonalejších požitků, jakých si člověk může dopřát a jaké jsou v celé živočišné říši dány jen jemu. Požitek ze stolování nezná žádné extáze, nadšení či unášení se. Tento nedostatek intenzity však plně nahrazuje jeho trvanlivost. Kromě toho má zvláštní výsadu, že nás připraví na ostatní druhy požitků, a dokonce nás dokáže utěšit po jejich ztrátě.

Počet pozvaných

Počet pozvaných by neměl přesáhnout dvanáct, aby se všichni mohli zapojit do rozhovoru. Jídelna by měla být luxusně osvětlená, teplota v místnosti příjemná, příbor zářivě vyčištěný. Pozvaní, necht' mají různá povolání, ale podobné záliby a měli by se natolik znát, aby se vyhnuli nepříjemným seznamovacím formalitám.

Muži mají být duchaplní a ženy půvabné, ale ne příliš koketní. Jídel má být mnoho, mají být vybrána pečlivě, vína mají být prvotřídní. Při jídle se postupuje od těžších jídel k lehčím, vína se pijí nejdříve lehká a později opojná. Při jídle, necht' nikdo nespíchá – večere je poslední činností dne, Káva má být horká a na výběr likérů dohlíží hostitel.

Ze všech oblastí etikety je stolování nejobtížnější. Vyžaduje totiž určitou manuální zručnost, která je věcí cviku a vytříbeného chování. To, jak sedíme u stolu, jak bereme do ruky příbor, jak s ním zacházíme a jak se u jídla chováme, poukazuje na naše společenské chování a zdvořilost. Pokud si etiketu stolování zažijete, tak uděláte vždy dojem. Chováte se taktně, s noblesou a přitom přirozeně.¹¹⁸

K ZAPAMATOVÁNÍ PRAVIDLA STOLOVÁNÍ



U stolu

Dle Špačka (2019) u stolu použijeme všechny dovednosti společenského chování: představování se, podávání ruky, konverzaci, budeme vhodně oblečeni, a přitom budeme manipulovat s příbory a projevovat takt a empatii vůči svým spolupracovníkům. Ke stolu usedáme čistí a upravení (Špaček, 2008) – to je **základní pravidlo**, které by mělo být každému naprosto samozřejmé. U stolu by měl být klid a neměly by se řešit problémy. Vždyt' stolování by mělo přinášet radost a chuťové požitky. Ke stolu nejprve usedá dáma, poté muž. Žena sedí pouze v první třetině židle, aby byla vzpřímená. Pouze muži mají tu možnost být

¹¹⁸ WEBOVÝ PORTÁL CHOVÁNÍ.EU, 2018. Ve společnosti. [online] 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/kultura/m160>

pevně zasazení a na židli se lehce „rozvalit“. Pod židli nohy nekřížíme, ale máme je volně před sebou.¹¹⁹

**Motorické
doved-
nosti**

U stolu si musíme vytvořit celou řadu stereotypů, tedy motorických dovedností, ať už jde o držení příboru, manipulaci s pečivem, sedění u stolu, držení sklenice, konzumování různých jídel, třeba vařených brambor, těstovin, palačinek, kuřecího stehna nebo loupání krevet. Vytváření těchto motorických dovedností u stolu se vyplatí věnovat nějaký čas a péči. Navíc u stolu sedíme s ostatními lidmi a buď jsme jim příkladem nebo se naopak budeme cítit špatně, když uvidíme jak obchodní partner nebo dáma stolují o poznání kultivovaněji než my. Stůl byl odjakživa centrem společenského života. Zpravidla neusedáme ke stolu pouze proto abychom se najedli, ale abychom byli spolu. Smyslem společenského stolování není najíst se ... (Špaček, 2019).

Abychom u jídla mohli mluvit, tak podle Brodského (2017) je třeba:

- neustále si otírat ústa ubrouskem,
- jíst po malých soustech, abyste neprodleně mohli reagovat na hovor,
- často po malých doušcích pít, abyste neměli sucho v ústech,
- mít na stole vždy nějaký nealkoholický nápoj, nejlépe vodu,
- pečivo se nikdy neukusuje, ale vždy se ulamuje a vkládá do úst.

Ruce nikdy nesmějí být pod deskou stolu, stolovníci na ně musí neustále vidět. Tudíž se opíráte nejlépe za předloktím, abyste zároveň mohli volně gestikulovat. Při jídle jsou pak lokty u těla. Při společenské večeři neodcházíme od stolu. Je to velmi netaktní vůči hostiteli. Když po jídle od stolu vstává dáma, vstává s ní jen muž, který ji má po své pravici. Ten se také stará v případě, že je potřeba ženě cokoliv podat nebo přisunout či odsunout židli.

**Zasedací
pořádek**

I u stolu mají svá privilegia osoby společensky významnější. Hostitel, který určuje zasedací pořádek, musí vycházet z pevných pravidel (Špaček, 2019, 2008). Nesmíme vytvářet izolované společnosti, naopak hosty musíme co nejvíce promíchat, musejí sedět tak, aby se bavili navzájem. Ženy a muže, starší a mladší, domácí a cizince rozsazujeme střídavě, ani lidem, kteří se neznají třeba z jedné firmy by neměli sedět vedle sebe. Smyslem společenského stolování je poznávat nové lidi, proto ani manželé nesejí vedle sebe, jejich poslední příležitostí byla svatební hostina ... Není důvod vytvářet dvojice párů, které si budou vyprávět... Pro stanovení zasedacího pořádku jsou důležitá 3 kritéria: stěna, okna, dveře. Společensky významnější osoby sedí zády ke stěně s pohledem do místnosti. Je to pohodl-

¹¹⁹ WEBOVÝ PORTÁL CHO VÁNÍ.EU, 2018. Ve společnosti. [online] 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/kultura/m160>

nější, protože mají přehled o celém prostoru, mají větší pocit bezpečí a obvykle je neobtěžuje procházející obsluhující personál. Nemůžeme-li se řídit podle blízké stěny, použijeme pravidlo, že host sedí s výhledem do okna. Sedíme-li v místnosti bez oken, host sedí tak, aby se díval na vstupní dveře a hostitel sedí zády ke vstupním dveřím.

Při velice slavnostní večeři, kde je mnoho významných hostů, je pak nejčestnější místo po pravici hostitele/ky. Tam usedá vždycky společensky nejvýznamnější osoba z celé skupiny a jeho partnerka pak po pravici hostitele. Hostitel s hostitelkou sedí vždy naproti sobě.

Při velkém počtu lidí sedí vždy na střídačku muž a žena. První nejčestnější místo je po pravici, pak po levici. Třetí opět po pravici, čtvrté po levici a takhle se to střídá dále. Stejně tak to platí, pokud stolujeme s cizinci. Národnosti se u stolu při sezení také střídají. V tom je také smysl společenského stolování – aby se lidé seznamovali a obohacovali o další prožitky.

Příbory

Příbory při jídle odebíráme z vnější strany podle chodů, které postupně přicházejí. Poslední je moučnickový příbor, který leží vždy vodorovně s talířem. Příbor držíme tak, že konce střepek tlačíme do středu dlaně. Vidličku držíme hroty dolů. Jsou ale výjimky u některých jídel, kdy můžete vidličku uchopit jako lžici a odložit nůž. Například když jíte čínská jídla, rizota, těstoviny a podobně. Pokud přestanete konzumovat nebo jíst více nebudete, je nezbytné nůž a vidličku dát do talíře.

Stejně jako se střídají příbory, tak se mění talíře. Na stole vždy máme tzv. klubový talíř, na který pokládáme jednotlivé chody v talířích. První přijde dezertní (předkrmový), poté polévkový, na hlavní jídlo a nakonec moučnickový.

Pravidla stolování

Pravidla stolování můžeme rozdělit na dvě kategorie a to na: Špaček (2019) a (2008):

- **Rodinné stolování** – společný oběd nebo večeře mají určité formální zvyky, zasedací pořádek není tak formální jako při banketu, rodiče mohou sedět jak naproti sobě, tak vedle sebe, jak jsou zvyklí. Bude-li u stolu sedět babička a dědeček, bude jim náležet čestnější místo. Rodinné stolování bychom ale neměli podceňovat. Jídelní stůl slouží nejen ke společnému stravování, ale také k upevnování rodinných vztahů. Pravidla nejsou sice jasně vymezena, ale je vhodné držet se alespoň některých rad. Ke stolu usedají nejprve dospělí, poté děti. Matka poté podává jídlo vždy nejdříve manželovi, pak dětem a nakonec sobě. Používáme ubrousky, všechny druhy talířů, sklenice, dbáme, aby se nikdo neopíral lokty o stůl, aby nikdo neodcházel od stolu, když ještě sedí maminka. U stolu hovoříme, protože jídlo je společenská příležitost ke konverzaci, nemluvíme ale s plnými ústy. Nikdy neopomeneme pochválit jídlo.
- **Sváteční stolování** - na sváteční tabuli by měl být decentní ubrus, aby nerušil zážitek ze stolování a vzhled prostřeného stolu. Nádobí pak může být různé, zá-

leží na osobním vkusu. Na sváteční stůl nepatří žádná ochucovadla. Když usedáme ke stolu, položíme si látkový ubrousek na klín. Papírový si dáme nalevo vedle talíře. Jíst začíná nejméně osoba u stolu.¹²⁰

A v neposlední řadě nesmíme také zapomenout na přípitek. Jak uvádí Mathé a Špaček (2005), Špaček (2008) sklenice s vodou a vínem jsou to nejušlechtlejší, co na stole stojí po dobu celé večere. Proto je potřeba dbát na čistotu. Sklenici držíme vždycky co nejnižší, abychom na ní nezanechali viditelné otisky prstů. O něco blíže k tělu můžeme držet jen sklenici s červeným vínem, které je většinou pokojové teploty. Sklenice, do kterých se nalévá, jsou i dosti objemné, takže zvláště ženy mají problém ji udržet. Před každým napitím je nutné si otřít ústa ubrouskem a pít vždy zlehka. Ženy, které používají rtěnky, by si před společenskou večeří měly nalíčit rty co nejméně, aby nenechávaly na sklenice otisk rtů.¹²¹



ÚKOL K ZAMYŠLENÍ

Při organizaci svatební hostiny je důležité promyslet uspořádání stolů tak, aby podporovalo přátelskou a pohodovou atmosféru, zároveň respektovalo sociální vazby a přispělo k celkové harmonii akce. Uveďte další možné příklady uspořádání stolů na svatební hostině a prodiskutujte na semináři s ostatními studenty.



OTÁZKY

1. V rámci taktního chování se snažíme se dostat danému slovu a plnit sliby.
2. Mezi základní zásady společenského chování: slušnost, zdvořilost a takt.
3. V divadle, kině nebo na koncertu řešíme telefonát využitím handsfree.
4. Mezi témata, která se v dobré společnosti nevyskytují, můžeme zařadit např.: politika, výše platu, nemoci, náboženství apod.
5. Jdeme-li ve skupině, pak není povinností pánů požádat o tanec všechny dámy z tohoto okruhu.
6. Ke stolu nejprve usedá muž, poté žena.
7. U stolování pod židlí máme nohy volně před sebou.
8. Příbory při jídle odebíráme z vnější strany podle chodů.
9. Hostitel s hostitelkou sedí vždy naproti sobě.

¹²⁰ WEBOVÝ PORTÁL KUCHYNĚ.CZ, 2010. Ladislav Špaček: „Stolování, to je věda, naučím vás to.“ [online] 2018 [cit. 2018-02-14]. Dostupné z: <http://kuchyne.du-mazahrada.cz/clanky/celebrity-v-kuchyni/ladislav-spacek-stolovani-to-je-veda-nau-cim-vas-to-21366.aspx.html>

¹²¹ Tamtéž

ODPOVĚDI



1. ano, 2. ano, 3. ne, 4. ano, 5. ne, 6. ne, 7. ano, 8. ano, 9. ano.

SHRNUTÍ KAPITOLY



Pravidla společenského styku se neustále mění a přizpůsobují se měnícím se potřebám, času a prostoru. Rozlišujeme 3 univerzálně platné základní zásady společenského chování: slušnost, zdvořilost a takt. Společenské chování lze definovat jako souhrn pravidel, norem a zvyklostí, tradic a nepsaných zákonů, které určují naše chování ve společnosti. Jednotlivá pravidla společenského chování vycházejí z momentálních potřeb společnosti a jejich obsah je ovlivněn geografickými, politickými, hospodářskými, kulturními a náboženskými vlivy. Řada lidí pravidla podceňuje a teprve když se dostanou do trapné situace, při které sice nejde o majetek ani o život, ale jen o znalost pravidla, začnou o pravidlech společenského chování přemýšlet. Rovněž taktní chování má základní zásady, které nám mohou pomoci se chovat v běžném životě.

Na společenské akce jako jsou divadlo, koncert, vernisáž, ples, taneční zábava, promoce, svatební hostina, večírek apod. chodíme kvůli uměleckému zážitku, a proto také zde platí pravidla určitá pravidla společenského chování, které slouží k tomu, aby nám nebyl tento umělecký zážitek pokazen. Základní pravidla společenského chování používáme i v kině, apod. Pokud jdeme na svatbu, můžeme se na svatební hostině setkat se stoly uspořádanými do různých tvarů. Uspořádání stolů je potřebné navrhnout tak, aby podporovalo přátelskou a pohodovou atmosféru, zároveň respektovalo sociální vazby a přispělo k celkové harmonii pořádané události.

Vánoce, konec roku a příchod toho nového přímo vyzývají k seznání všech spolupracovníků, kolegů, zaměstnanců i obchodních partnerů na společenské setkání, takzvaný firemní večírek. Úspěch těchto akcí závisí na osobách pověřených organizací (sekretariát ředitele, personální oddělení apod.) a jejich nasazení, ale i na výběru doby konání akce. Také na podnikových akcích platí základní pravidla společenského chování. Nejdůležitějším pravidlem na této podnikové akci je skutečnost, že i když se královsky bavíme, je důležité podporovat svůj profesionální image. O jakémkoli trapasu, který se přihodí, budou druhý den vědět i kolegové, kteří nebyli na večírku přítomni. Na uvedených akcích, tedy i firemním večírku je vhodné se vyhnout určitým tématům jako jsou: peníze, výše platu, úžasné finanční možnosti, náboženství, nemoci a jejich detailní popisy, o politice, přílišné kritice, nadšení, prosazování si svého, o počasí apod.

Zásady společenského chování je potřeba dodržovat na všech akcích, firemní rauty nevyjímaje. Pořádání rautů se stalo součástí firemní kultury, proto i zde je nutné dodržovat vybrané zásady společenského chování. Nejtěžší oblastí k dodržování pravidel společenského chování patří stolování. Při stolování se projevuje připravenost ke společenskému

styku, sebeovládání, ovládání pravidel společenského chování, společenský takt, zdvořilost a slušnost snad nejvýrazněji. U stolu použijeme všechny dovednosti společenského chování jako jsou představování se, podávání ruky, konverzace, jsme vhodně oblečeni, projevujeme takt a empatii vůči svým spolupracovníkům. U stolu si musíme vytvořit celou řadu stereotypů, tedy motorických dovedností. Ocitne-li se někdo ve společnosti lidí znalých všech těchto jemností, měl by na sebe co nejméně upozorňovat a co nejvíce sledovat chování zkušenějších. Společenské chování je jako vše ostatní věcí cviku. Pravidla stolování můžeme rozdělit na dvě kategorie: rodinné a sváteční stolování.

6. ZÁKLADNÍ PRAVIDLA OBCHODNÍHO JEDNÁNÍ VE VYBRANÝCH ZEMÍCH

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Kapitola je zaměřena na proces přípravy na obchodní jednání, průběh jednání a základní pravidla, která se v jednání uplatňují. Dále budou uvedeny konkrétní příklady obchodního jednání v různých zemích, a to v kontextu západní a východní kultury.

CÍLE KAPITOLY



Konkrétní výčet schopností, dovedností, kompetencí, které by měl student po prostudování kapitoly ovládat nebo dosáhnout:

- specifikovat přípravu na obchodní jednání,
- popsat přípravu věcnou a organizační,
- stručně charakterizovat průběh obchodního jednání,
- vysvětlit základní pravidla obchodního jednání,
- uvést příklady obchodního jednání ve vybraných zemích.

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Obchodní jednání, specifika obchodního jednání, příprava věcná, příprava organizační, průběh jednání, základní pravidla, příklady, západní, východní, kultura, Japonsko, Polsko, Německo, Čína, Indie, USA.

6.1 Zásady a specifika obchodního jednání

Podle Gullové (2013, s. 16) se v pracovním procesu můžeme setkat jak s profesní etiketou, kdy jde o dodržování dobrých mravů a vhodného chování na pracovišti, tak i s pracovní etiketou, která se opírá o vztah nadřízený a podřízený. Nesmíme zapomenout ani na obchod.

Specifika obchodního jednání se mohou lišit v závislosti na různých faktorech, včetně odvětví, kultury, zeměpisného umístění a jednotlivých obchodních situací. Mezi hlavní specifika obchodního jednání můžeme zařadit:

- **Kulturu a zvyklosti:** Obchodní jednání se výrazně liší v různých kulturách. Etiketa, způsoby komunikace, jednání o cenách a vztahy s klienty se mohou v jednotlivých zemích dramaticky lišit.
- **Typ zboží nebo služby:** Obchodní jednání se liší podle povahy zboží nebo služeb, které se prodávají. Například jednání o technologických produktech se mohou lišit od jednání o potravinách nebo průmyslových strojích.
- **Délka cyklu obchodu:** Některé obchody mohou být krátkodobé a rychlé, zatímco jiné mohou vyžadovat dlouhodobé vyjednávání a vývoj vztahu před dosažením dohody.
- **Zapojené strany:** Obchodní jednání mohou být jednostranná, dvoustranná nebo mohou zahrnovat více stran. Například B2B (business-to-business) a B2C (business-to-consumer) jednání mají různé vlastnosti.
- **Právní a regulační aspekty:** Každá země má své vlastní právní a regulační požadavky, které mohou ovlivnit obchodní jednání, zejména pokud jde o uzavírání smluv a dodržování pravidel.
- **Způsoby komunikace:** Moderní technologie změnily způsoby komunikace v obchodním jednání. E-maily, videohovory a digitální platformy jsou nyní běžnými prostředky komunikace.
- **Náročnost a konkurence:** Obchodní jednání v některých odvětvích mohou být mnohem náročnější než v jiných, zejména pokud jde o konkurenci a tlak na ceny.
- **Cíle a strategie stran:** Každá strana má své vlastní cíle a strategie při obchodním jednání. Některé mohou být orientované na co nejnižší cenu, zatímco jiné na budování dlouhodobých vztahů.
- **Personální dovednosti a schopnosti:** Úspěšné obchodní jednání vyžaduje specifické dovednosti a schopnosti, včetně schopnosti jednat, komunikovat, vyjednávat a řešit konflikty.
- **Technické a obchodní znalosti:** Obchodní jednání mohou být specifická pro danou oblast znalostí, a proto je důležité mít technické a obchodní znalosti týkající se produktů nebo služeb, které se obchodují, apod.

DEFINICE OBCHODNÍHO JEDNÁNÍ



Obchodní jednání je proces, během kterého dvě nebo více stran komunikují a vyjednávají o podmínkách nákupu, prodeje, partnerství nebo jiné formy obchodní transakce. Cílem obchodního jednání je dosáhnout dohody, která bude vzájemně výhodná pro všechny zúčastněné strany. Během tohoto procesu se mohou diskutovat cena, podmínky dodání, platební podmínky, objem a kvalita zboží nebo služeb a další relevantní faktory.

Obchodní jednání může probíhat mnoha různými způsoby, včetně osobního jednání, telefonického jednání, e-mailové korespondence a dalších komunikačních kanálů. Je klíčovým prvkem ve světě obchodu a podnikání, protože umožňuje stranám dosáhnout dohody, která jim umožní dosáhnout svých cílů a potřeb v rámci obchodních vztahů.

Protokol obchodního jednání (Brodský, 2017) nebo také business protokol je návod, jak uspořádat oficiální setkání správně krok za krokem. V každém případě je nutné před jednáním provést důkladnou přípravu.

K ZAPAMATOVÁNÍ PŘÍPRAVA NA OBCHODNÍ JEDNÁNÍ



Jak uvádí Brodský (2017, s. 32) přípravu jednání je třeba rozdělit na přípravu věcnou a přípravu organizační.

Příprava věcná

Přípravu věcnou tvoří zajištění obsahu a témat jednání, včetně pokladů k jednání. Příprava se dá sepsat do několika základních bodů (Brodský, 2017):

- o čem se bude jednat,
- sepsat scénář jednání,
- zajistit veškeré potřebné a dostupné materiály,
- pokud je to možné, je dobré sehnat životopisy hosta a spolujednajících osob,
- pokud není možné zajistit životopis, je dobré prověřit internet a sociální sítě, dotyčného nebo dotyčné osoby prolustrovat a snažit se zjistit, s kým máme tu čest,
- vytýčit témata k rozhovoru,
- vytýčit témata, kterým je nutné se vyhnout,
- veškeré dosud známé informace o protistraně je třeba zaktualizovat nejpozději den před jednáním.

Příprava organizační

Příprava organizační představuje zajištění všeho ostatního, co se týká jednání, tedy jeho organizaci. Podle Brodského (2017) organizační přípravu tvoří tyto činnosti:

- každému jednání předchází objednání,

- objednání musí v každé organizaci probíhat pouze přes jedno jediné centrální místo,
- kdy, kde a v kolik hodin proběhne jednání,
- je třeba znát místo jednání,
- jak dlouho jednání asi/maximálně potrvá,
- doprava na místo jednání,
- doba příjezdu na místo,
- fyzicky očekává návštěvu 15 minut předem buď hostitel nebo pověřená osoba,
- jednání začíná hostitel,
- jednání končí hostitel, ovšem na základě signálu od hosta,
- host vyprovází hostitel nebo pověřená osoba.

**Příprava a
plánování
jednání**

Podle Mikulaščíka (2003) k nejdůležitějším částem obchodního jednání patří příprava a plánování, kdy je třeba počítat s různými variantami, jak může takové obchodní jednání skončit. Důležité je umět reagovat rychle, s přehledem i pod tlakem v neznámých situacích. Základem obchodního jednání je schopnost komunikace, včetně naslouchání. Musíme umět druhé získat pro svůj cíl.

Mezi faktory, které ovlivňují obchodní jednání, můžeme zařadit podle Suchánkové (2009, s. 11) jednak, zda se jedná o potenciálního či stálého zákazníka. Mezi další vlivy, které usměrňují obchodní jednání, patří znalost legislativní procesů a postupů, znalost ekonomické situace je také třeba brát v úvahu. Image toho, kdo nabízí, znalost druhu nabídky, zda se jedná o prodávajícího či kupujícího, druh podniku, i fáze rozhodovacího procesu patří mezi důležité faktory, které mohou rozhodnout o úspěchu každého obchodního jednání.

Podle Buchtové a Kulhavého (2006, s. 6) každé pracovní jednání, kterého se zúčastníme je v podstatě posloupnost jednotlivých kroků, s cíle dosáhnout takového výsledku, se kterým by byli spokojeni obě strany.

Prodejní fáze by měla být použita, jak uvádí Buchtová a Kulhavý (2006, s. 6) k tomu, aby došlo k navázání prvotních kontaktů, dále je zapotřebí si vybudovat určitou důvěru, kterou můžeme využít pro další obchodní jednání, nesmíme také zapomenout na zjištění co největšího počtu informací o obchodním partnerovi, s kterým budeme jednat, měli bychom také znát jeho potřeby, včetně instrukcí, jakým způsobem se budeme rozhodovat při předložení nabídky obchodním partnerem. A v neposlední řadě také musíme mít připravené své vlastní podmínky, o kterých budeme jednat s obchodním partnerem.

K ZAPAMATOVÁNÍ FÁZE OBCHODNÍHO JEDNÁNÍ



Jak také uvádí Buchtová a Kulhavý (2006, s. 8) mezi jednotlivé fáze obchodního jednání může zařadit:

- přípravu,
- úvodní vystoupení,
- představení svého návrhu,
- protizahájení partnera,
- snaha o dosažení kompromisu,
- závěrečné slovo.

Fáze ob-
chodního
jednání

Podle Mikulaščíka (2003), Němčanského (2011) je základním stavebním kamenem obchodního jednání **dobrá příprava**. Proto je zapotřebí ji věnovat dostatek času a nic nepodcenit. Bez dobré přípravy se neobejdeme ani při počátečním telefonátu. Dobrá příprava bývá také součástí domluvené schůzky, která zaujímá velké množství informací o zákazníkovi. Než zákazníkovi zavoláme a domluvíme si schůzku, je nutné si udělat stručný přehled všech informací, které se zákazníka dotýkají.¹²²

Obchodní jednání může probíhat buď v **domácím prostředí** jedné z jednajících stran, nebo na neutrální půdě. Při přípravě jednání je třeba určit, kdo se za firmu bude jednání účastnit, dále počet jednajících osob a jejich funkční a odbornou úroveň. Důležité je také stanovení doby, kdy bude obchodní jednání probíhat. Důležitou součástí přípravy na obchodní jednání je dohoda o jednacím jazyku. Jeho stanovení by mělo být, pokud je to možné, stejně výhodné pro obě strany (Buchtová a Kulhavý, 2006, s. 8-9). Typy pro místo obchodního jednání uvádí Brodský (2017):

- k jednání není vhodné používat vlastní pracovnu, je to nepraktické, musí se uklízet,
- k jednání je dobré využívat neutrální prostor, například zasedací místnost,
- jednání je dialog a je nutné dát prostor pro mluvení i druhé straně,
- ze společenského pohledu je více večeře než oběd,
- nedoporučuji pracovní obě, ani se nenajíte, ani nebudete pracovat.

Podle Buchtové a Kulhavého (2006, s. 10), Němčanského (2011) je před zahájením obchodního jednání, žádoucí získat co nejvíce informací o projednávaném obchodním případu a podrobně je analyzovat. Jedná se nejen o informace obchodního a technického rázu,

¹²² CHOVÁNÍ.EU, 2018. *Ve společnosti*. [online] 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/kultura/m160>

ale i o informace ekonomické, politické a sociální, které mohou mít vliv na obchodní transakci. Vhodné je si i zapsat informace o firmě jako takové – jména jednatelů, počet zaměstnanců, sídlo, pobočky, rok založení a v neposlední řadě i činnost, kterou se firma zabývá.¹²³

V telefonátu je důležité se přesvědčit, zda mluvíme se správnou osobou. Raději si proto ověříme, že mluvíme s člověkem, se kterým opravdu chceme mluvit a domluvit si s ním schůzku.¹²⁴

Rozhodně není vhodné volat brzy ráno, v čase oběda a pozdě večer – všeobecně se doporučuje volat kolem 10 hodiny nebo ve 14 hodin odpoledne. Může se i stát, že poznáte z hlasu nějakého člověka, že zrovna teď není příhodná doba. Proto je vhodné přerušit komunikaci již v počáteční fázi.¹²⁵



K ZAPAMATOVÁNÍ PŘÍPRAVA NA OBCHODNÍ JEDNÁNÍ

Jak uvádí Buchtová a Kulhavý (2006, s. 11) při přípravě na obchodní jednání je třeba posoudit následující aktivity:

- z jakého důvodu jsme se sešli na jednání a jaká byla odezva na první kontakt?
- je dojednána schůzka s tou pravou osobou?
- co vše víme o kontaktní osobě?
- jakou pozici zastává partner v organizaci, jaká je jeho funkce?
- pokud chceme přijmout konečné rozhodnutí, zda je zapotřebí se spojit s někým na vyšší pozici?
- disponujeme dostatkem informací o partnerovi, se kterým máme jednání?
- snažíme se zjistit, zda partner jedná s konkurencí, a pokud ano, o jaké organizace se jedná,
- snažíme se také zjistit, jaké silné a slabé stránky je organizace obdařena atd.

Jak uvádí Buchtová a Kulhavý (2006, s. 13) setkání s obchodním partnerem začíná rituálem přivítání a jde-li o první kontakt, pokračuje vzájemným představováním a předáváním vizitek. Společenskou zvyklostí bývá nabídnout partnerovi občerstvení. V **zahajovací fázi** je důležité vytvořit příznivou atmosféru a navázat s partnerem osobitější vztah. K tomu nám může posloužit úvodní neformální rozhovor. Úvodní, neformální kontakt a následný rozhovor na neutrální téma nám umožňují uvolnit napětí, odstranit překážky ve vzájemných

Zahajovací
fáze jed-
nání

¹²³ CHOVÁNÍ.EU, 2018. *Ve společnosti*. [online] 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/kultura/m160>

¹²⁴ PODNIKATEL.CZ, 2007. *Rauty patří k manažerskému životu. Víte, jak se na nich chovat?* [online] 2018 [cit. 2018-02-14]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/jak-se-chovat-na-rautech/>

¹²⁵ CHOVÁNÍ.EU, 2018. *Ve společnosti*. [online] 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/kultura/m160>

vztazích, vytvořit vřelejší osobní vztah a navodit příznivou atmosféru pro další fáze jednání.

**Prezentace
obchodní
nabídky**

Další fází je prezentace obchodní nabídky. Zde může podle Buchtové a Kulhavého (2006, s. 13) může nastat několik možností:

- buď předkládáme nabídku my (zde záleží na tom, zda byla druhá strana již předběžně s návrhem seznámena),
- nebo nabídku předkládá partner.

Podle Šťastného (2010) kdokoliv vede schůzku, měl by vždy něco vědět o osobě, které se bude ptát. Typická informace, kterou je třeba dopředu vědět, zahrnuje to, jak vylovovat jméno dané osoby, její tituly. Jestli je to osoba populární, známá, je možné zjistit některé životopisné údaje bez problémů někde jinde. Důležité je udělat dojem, že víme něco o produktech, které nabízíme. Všechny tyto informace jsou součástí úvodní přípravy na obchodní jednání.¹²⁶

FÁZE OBCHODNÍHO JEDNÁNÍ



Podle Šťastného (2010, str. 36) můžeme shrnout klíčové body obchodního jednání, které by měly navazovat jeden na druhý, a je důležité nedopustit se vynechání žádného z nich:

- představení a prezentace firmy, kterou zastupujeme,
- počáteční "rozehřátí" – známé jako "warming up",
- vytvoření vztahu s klientem a případná dohoda o pravidlech jednání,
- zpracování problému a prezentace návrhu na jeho řešení,
- předložení faktů a zdůraznění výhod pro partnera, pokud souhlasí s navrženým řešením,
- vyjádření vlastního stanoviska a následné střetnutí názorů,
- následují námitky, argumenty, důkazy a příklady, spolu s návrhem na řešení,
- podání konkrétní nabídky,
- diskuze o námitkách a argumentech týkajících se finální podoby nabídky,
- uzavření obchodu, získání podpisů, vyjádření vděčnosti a rozloučení.

Jak uvádí Vymětal (2008, s. 27) pro úspěch na každé pracovní pozici je zapotřebí, abychom co nejvíce poznali své zaměstnance, protože tato oblast je nejdůležitější, a to podle řady manažerských příruček rozhoduje o úspěchu z 60 %, dalších 30 % patří dojmům, které dokážeme probudit u ostatních lidí a pouze 10 % náleží pouze té části, která se vztahuje k naší práci.

¹²⁶ CHOVÁNÍ.EU, 2018. Ve společnosti. [online] 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/kultura/m160>

6.2 Obchodní jednání ve vybraných zemích

Obchodní jednání ve vybraných zemích odkazuje na způsoby a praktiky, které jsou specifické pro danou zemi a kulturu, a které se uplatňují při obchodních jednáních a vyjednáváních. Každá země má své vlastní normy, hodnoty a zvyklosti, které ovlivňují způsob, jakým se obchodní jednání provádí.

Než se dostaneme ke stručné charakteristice západní a východní kultury, je třeba definovat pojem kultura.



KULTURA A JEJÍ DEFINICE

Kultura představuje souhrn hmotných a duchovních hodnot vytvořených lidstvem. Podobnou definici využívá i Průcha (2010, s. 45), který kulturu definuje na jedné straně jako materiální výsledky lidské činnosti (kam řadíme produkty lidské činnosti), tak na straně druhé i duchovní výtvořiny lidí (kam patří morálka, různé zvyky a obyčeje, umění apod.)

Západní kultura

Jak uvádí Ferguson (2014) **Západní kulturou** označujeme původem západoevropské kultury, které se nacházeli nejen v Evropě, ale mimo ni, zejména v regionech, kde měla západoevropská civilizace svůj rozhodující vliv. Západní kulturou můžeme označovat na jedné straně soubor různých sociálních a společenských norem, dále také etická a estetická pravidla a na straně druhé také konvence, tedy vztah náboženství a víry a také jejich vztah k technice a různým technologiím. Západní svět můžeme chápat z hlediska historického, jazykového, náboženského a v neposlední řadě také z hlediska politicko – ekonomického.

Podle Fergusona (2014, s. 33) konkurence a soutěžení mezi evropskými národy pro Evropu jako celek představovaly výraznou výhodu z dlouhodobého hlediska. Konkurencí Ferguson myslí decentralizaci politického i ekonomického života, která vybudovala můstek jak pro národní státy, tak pro kapitalismus. Ferguson (2014, s. 57–58) přirovnal Evropu k mozaikovému vzhledu, přičemž východní Asii k obrovské jednobarevné pokrývce. A na rozdíl od Číny, pro niž jedinou výraznější hrozbu představovali Mongolové na severu, v Evropě probíhal konkurenční boj na mnoha úrovních: mezi státy, uvnitř států i uvnitř měst.

Východní kultura

Podle Yanga (2017) Západní svět má větší víru ve vědu a techniku. Západní svět je hrdý na rozvoj vědy, kdežto **Východní svět** je hrdý na své vnitřní kvality. Yang (2017) také uvádí rozdíly mezi západem a východem prostřednictvím schémat. Schéma 1 vyjadřuje rozdíl v životním stylu, kdy na západě je kladen důraz na nezávislost a na východě na závislost.

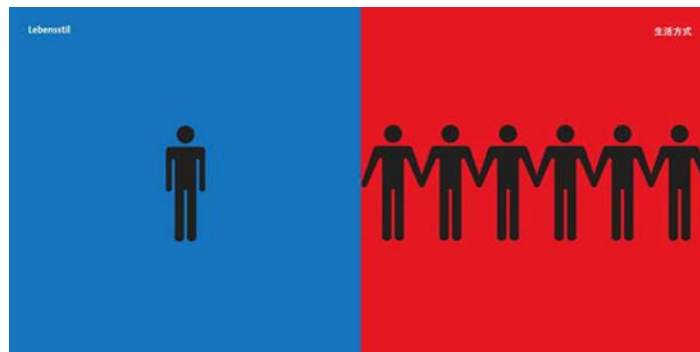


Schéma 1: Životní styl: nezávislost vs. závislost

Zdroj: Yang, L., 2017.

Dalším schématem je rozdíl mezi dochvilností na západě a určitou nedochvilností na východě.

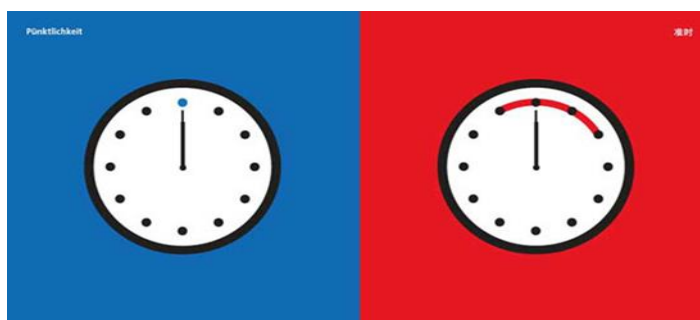


Schéma 2: Dochvilnost

Zdroj: Yang, L., 2017.

Dalším rozdílem mezi západní a východní kulturou je pozice šéfa. Jak je vidět na schématu níže, má ve východní kultuře pozice šéfa daleko významnější roli, než v kultuře západní.

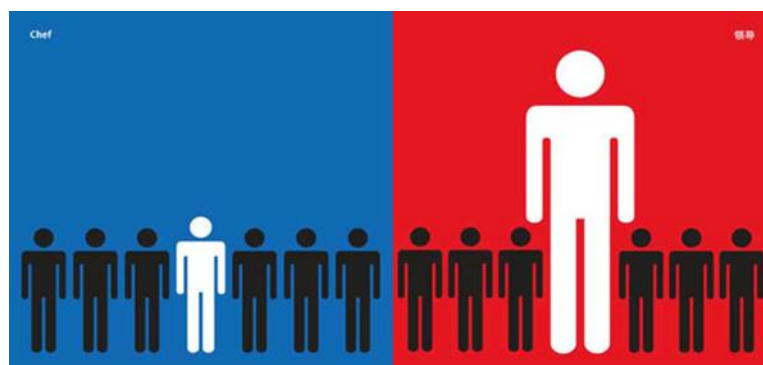


Schéma 3: Pozice šéfa

Zdroj: Yang, L., 2017.

Posledním schématem, které si v této distanční opoře představíme, patří počty kontaktů. Jak je vidět ze schématu, daleko více kontaktů, k tomu ještě navzájem propletených, je ve východní kultuře.

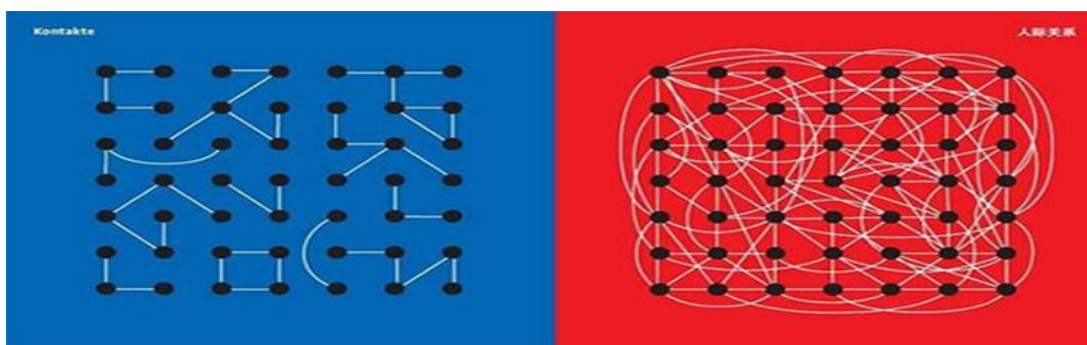


Schéma 4: Kontakty

Zdroj: Yang, L., 2017

Následují některé příklady toho, jak se obchodní jednání mohou lišit ve vybraných zemích: (BusinessINFO.cz, 2023; MZV, 2023; Gulová, 2013):

JAPONSKO

Příklady obchodního jednání

Japonská kultura je unikátní a výsledkem staletí trvajícího vývoje. Mezi její hlavní charakteristiky patří úcta ke stáří a statusu (který může být dán postavením ve společnosti, dosaženým vzděláním a rodinným stavem), dlouhodobé budování vztahů, skromnost a omezené expresivní vyjadřování. Je proto vhodné před jednáním s japonskými partnery věnovat alespoň minimální přípravu kulturním odlišnostem, se kterými se lze setkat. Při domluvě osobního setkání je dobré snažit se vyhovět okolnostem protistrany a jednou stanovený termín již pokud možno neměnit. Stejně tak důležitá je časová dochvilnost (nedoporučuje se však na místo jednání dorazit dříve o více než 10 minut). Podklady i vizitky je vhodné mít rovněž přeložené do japonštiny. Tradičním způsobem pozdravu je sice v Japonsku úklona, není však výjimkou, že si s vámi bude chtít japonský partner při seznámení potřást rukou. V průběhu samotné schůzky je důležité ukázat zájem o vašeho obchodního partnera. Dělejte si co největší možné množství ručně psaných poznámek, klad'te hodně dotazů.

ČÍNA

Číňané při obchodním jednání dávají přednost používání vlastního jazyka s překladem do angličtiny. Jestliže se výjimečně čínština nepoužívá, pak se jedná v angličtině. Používání jiných světových jazyků během jednání je výjimečné. Délka samotného jednání a jednotlivých fází bývá různá. Lze ale říct, že pro dosažení cílů čínský partner nešetří časem. Období nutné pro vytvoření vzájemné důvěry je poměrně dlouhé a zahraniční partner musí počítat s tím, že někdy je nutno absolvovat i několik návštěv či jednání než se příslušná důvěra vytvoří.

INDIE

Obchodní jednání v Indii neprobíhá jednoduše, proto nelze počítat s obvyklým postupem poptávka-nabídka-jednání o změnách-dohoda. Indové očekávají okamžitou reakci, pokud projeví zájem o nějaké zboží, i když sami pak nebudou reagovat hodně dlouho. Jednání je dost impulzivní, partner očekává schůzku hned nebo nejdéle druhý den. Indové očekávají, že dodavatel vždy splní, co slíbil, ale sami ne vždy dodrží své závazky. Dohody je proto nutné uzavírat vždy písemně, protože během jednání se často setkáváme s přísliby, které nejsou realistické a nemohou být splněny. Schůzka obvykle začíná neformální konverzací a jednání probíhá v angličtině. Může se však stát (zejména u vysoce postavených státních úředníků), že budou mluvit v hindí a tlumočnick bude překládat do angličtiny. Indové jsou velmi dochvilní a jednání většinou netrvá příliš dlouho.

USA

Mezi sdílené hodnoty a postoje patří individualismus, svoboda jednání a vyjadřování, podpora vzájemné konkurence jako cesty k lepším výsledkům, starost o nejbližší okolí (rodina a život v komunitě), podpora charitativních organizací a dobrovolné zapojování se do projektů s cílem zlepšit něco ve svém okolí, víra ve vlastní schopnosti a setrvalý optimismus, otevřenost novým věcem. Cesta nahoru vede přes vzdělání a usilovnou práci. V osobním styku jsou Američané velice zdvořilí a slušní, na středoevropské poměry někdy až příliš, spojením „I'm sorry...“, „Excuse me please...“ začínají mnoho vět v běžné komunikaci. Při prezentaci a jednáních je proto lepší používat krátká a jasná stanoviska bez přílišného vysvětlování a popisování složitých souvislostí. Při jednání dodržujte přímý oční kontakt, budete tak vzbuzovat důvěru. Český smysl pro humor není Američanům příliš blízký a není doporučováno pokoušet se uspět s vtipy z českého prostředí. Zároveň však ale není důvod se za odlišnosti ve způsobu zábavy stydět, jen je potřeba vyhnout se snaze rozesmát a pobavit Američany za každou cenu. Při hovoru, a to ani při té nejvášnivější debatě, neskáčí Američané svému partnerovi nikdy do řeči. Američané se často ptají cizinců na jejich dojmy z pobytu.

NĚMECKO

Jedná se o zemi, kde je kladen velký důraz na přesnost. Schůze jsou předem plánovány a není zde tolerován pozdní příchod. Čas tedy vnímají jako soubor sousledných událostí. Při jednání se soustředí spíše na technickou stránku, zkracují tedy úvodní fázi na minimum a přistupují přímo k jednání. Německo bylo označeno za zemi příklánějí se k individualismu. Předpokládám tedy, že na jednání se dostávají individuálně. Jedná se také o kulturu neutrální. Humor na pracovní schůzi je vyloučen. Své emoce při jednání skrývají. Není pro ně typická výrazná gestikulace. Negativně vnímají narušení své osobní zóny a dotyky.

POLSKO

Poláci při pozdravu líbají lehce ženy na tváře. Během konverzace dochází někdy k tělesným dotykům. Interpersonální prostor mají vzhledem k České kultuře podobný. Nedbají tolik na přesnost jako Němci, ale čas vnímají více jako posloupný sled událostí. Rádi se zapovídají a zdánlivě nikam nespěchají, ale mají svůj rozvrh naplánovaný a jednání neruší. Pečlivě se připravují. Jsou otevření a navazují brzy osobní kontakt a přátelské vztahy. Na jednání preferují napůl neformální atmosféru. Z tohoto hlediska jsou příkloněni k partikularismu. Mají květnatou řeč a vyjadřují se často implicitně. Návrhy a odmítnutí někdy zabalují a potřeba číst mezi řádky. Pokud ale vycítí nějakou nespravedlnost, jasně se ohradí a nebojí se jít do konfrontace.



KONTROLNÍ OTÁZKA

Jaké kulturní aspekty a specifika byste měli brát v úvahu při přípravě na obchodní jednání v Japonsku?



OTÁZKY

1. Představuje kultura souhrn hmotných a duchovních hodnot vytvořených lidstvem?
 2. Znamená pojem "warming up" konkrétní nabídku při obchodním jednání?
 3. Probíhá obchodní jednání několika fázemi?
 4. Je Německo zemí, kde je kladen velký důraz na přesnost?
 5. Je v Japonsku důležité budovat dlouhodobé vztahy s obchodními partnery?
-



ODPOVĚDI

1. ano, 2. ne, 3. ano, 4. ano, 5. ano.



SHRNUTÍ KAPITOLY

V průběhu svého života se každý z nás může setkat s pojmy jako pracovní etika a obchodní etika, zejména pokud se věnujeme obchodním aktivitám a cestujeme za obchodem do různých zemí. Během těchto situací je klíčové uplatňovat pravidla obchodního chování. Každá firma navazuje vztahy s různými organizacemi, často různými způsoby, a proto je užitečné mít povědomí o základních pravidlech sociálního jednání. Tato pravidla nejenže

nám umožňují navazovat kontakty s novými obchodními partnery, ale také prohlubovat existující vazby s našimi obchodními partnery. Kromě schopnosti komunikace je důležité mít schopnost dobře odhadnout našeho obchodního partnera a rozumět základním aspektům neverbální komunikace. Klíčovým prvkem úspěšných obchodních jednání je také znalost legislativy, ekonomické situace podniku, pověsti toho, kdo nám nabízí služby, a znalosti nabízených produktů a služeb. Dále je třeba brát v úvahu, zda jednáme s novým nebo stávajícím obchodním partnerem. Každé obchodní jednání se skládá z několika fází. Obchodní jednání může probíhat v různých v různých regionech světa, a proto se také budou lišit společenská pravidla v rámci obchodního jednání. Kulturu můžeme charakterizovat jak soubor hmotných i duchovních hodnot, které byly vytvořeny lidskou společností. Závěrem kapitoly jsou uvedeny příklady obchodního jednání v Japonsku, Indii, Číně, USA, Německu a Polsku.

7. SPOLEČENSKÉ PODNIKY A PŘÍLEŽITOSTI



RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY

V sedmé kapitole budou studentům prezentovány společenské podniky a příležitosti, které se mohou objevit při navazování obchodních kontaktů. Součástí této kapitoly bude také zkoumání role pozvání a pozvánek v rámci obchodní etikety, včetně zdůraznění důležitosti výměny vizitek a vysvětlení mezinárodních zkratk používaných na vizitkách a pozvánkách.



CÍLE KAPITOLY

Konkrétní výčet schopností, dovedností, kompetencí, které by měl student po prostudování kapitoly ovládat nebo dosáhnout:

- charakterizovat vybrané společenské podniky a příležitosti,
 - uvést příklady vybraných společenských událostí,
 - specifikovat význam pování a pozvánek v oblasti etikety obchodních jednání,
 - vysvětlit vybrané mezinárodně používané zkratky na vizitkách a pozvánkách.
-



KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY

Společenské podniky, události, zahradní párty, river párty, réveillon, recepce, raut, pracovní oběd, picnick, barbecue, párty, oficiální oběd, večere, matiné, soirée, koktejl, kávový dýchánek, číše vína, čaj o páté, banket, buffet lunch, buffet diner, bowle, pozvání, pozvánky.

7.1 Společenské podniky a události pro sjednávání obchodních kontaktů

Jak uvádí Gullová (2013, s. 223) společenské podniky se mohou pořádat v návaznosti na pracovní jednání, ale také při řadě jiných příležitostí. Úroveň, na jaké se takové podniky pořádají, bývá často diametrálně odlišná, od velmi formálních až po naprosto neformální setkání sportovního, zábavného či jiného charakteru. Existují také setkání, které se pořádají v návaznosti na obchodní jednání se zahraničními partnery, jako je např. návštěvy důležité

osobnosti nebo delegace, zahájení či ukončení jednání, podpisu závažných dokumentů, oslavy státního svátku apod.

Podle Šupové (2007, s. 14) společenské podniky s velkým počtem pozvaných dávají možnost potkat celou řadu osob, které je za normálních okolností se obtížné setkat, a také umožňují navázat nové kontakty. Na vybraných společenských akcích a událostí není nejdůležitější podávané občerstvení, nýbrž setkávání se, výměna názorů a získávání informací.

SPOLEČENSKÉ UDÁLOSTI



Společenské události jsou akce nebo setkání, která mají sociální nebo kulturní charakter a slouží k interakci a zábavě lidí. Tyto události mohou zahrnovat různé druhy, jako jsou svatby, oslavy, koncerty, sportovní akce, večírky, konference, festivaly a další.

Organizace společenských událostí zahrnuje plánování, koordinaci a provádění různých aspektů, jako jsou místo konání, program, stravování, bezpečnost, doprava a další. Tato událost může být soukromá pro malý počet lidí nebo veřejná pro tisíce účastníků.

V následujícím textu budou vybrané společenské podniky a příležitosti stručně vysvětleny, viz Šupová (2007, s. 15-19), Špaček (2019), Burešová (2010) a Oriška (2010):

- **Zahradní párty (Garden party):** Tato oblíbená společenská událost, často pořádaná během letních měsíců, sdílí mnoho prvků s recepce a koktejlovými večírky. Mívá místo v krásně upravených zahradách.
- **River party, sea party (výlet lodí):** Tato společenská akce zahrnuje plavbu lodí s odpolední nebo večerní oslavou pro pozvané hosty. Hudba, tanec a ohňostroj jsou součástí programu. Profesionální obsluha je běžným standardem.
- **Réveillon:** Tato událost, konaná obvykle od půlnoci do dvou hodin ráno, následuje po předchozí společenské akci s tancem nebo jiným programem. Nabízí studená i teplá jídla a lehké nápoje.
- **Recepce:** je velkolepá společenská událost, pořádaná při výjimečných příležitostech. Včetně slavnostního zahájení, projevů, přípitků a zakončení. Může se konat v různých časech a měnit formu a obsah podle příležitosti. Dopolední recepce se pořádají spíše výjimečné, většinou při příležitosti zahájení výstavy, veletrhu, v diplomatických kruzích apod. Polední recepce bývá organizována formou bohatšího buffet-dinner, pořádá se při příležitosti státního svátku, významné návštěvy, při soukromých akcích k různým výročím (svatba, narozeniny). Recepce odpolední začínají obvykle až po 17 hodině, mají charakter standardní recepce a hodí se při všech příležitostech. Recepce večerní bývají vyhrazeny pro nejvýznamnější příležitosti (státní svátek, významná zahraniční návštěva). Pozdní večerní recepce se pořádá až kolem 22 hodiny, obvykle navazuje

na předchozí banket s omezeným počtem pozvaných hostů, bývá krátká s velmi slavnostním průběhem.

- **Raut:** Tato společenská akce, často v diplomatických kruzích, je ideální pro firemní události nebo oslavy. Hosté obvykle konzumují jídlo vestoje, a na stolcích nejsou stoly. Nabídka jídel a nápojů je bohatá.
- **Pracovní oběd** (business lunch) nebo také obchodní oběd: jedná se o oběd v restauraci. Tato událost se nejčastěji koná kolem poledne a má být relativně krátká, obvykle ne déle než dvě hodiny. Vybrat restauraci není snadné, musíme zvolit takovou, která naplní očekávání hosta a jeho vkus. Obecně platí, čím lepší restaurace, tím méně jídel na jídelním lístku a čím menší porce, tím noblesnější podnik. Menší porce zpestřují stolování, protože si můžeme dát víc chodů. Stůl v restauraci musíme rezervovat. Hostitel zve, vybírá restauraci je na místě dřív a očekává hosta, dává najevo svoji hostitelskou roli při jednání s obsluhou a nakonec zaplatí účet. Hostitel by měl být na místě v předstihu asi patnáct minut.
- **Picnick (výlet do přírody)**, česky piknik: toto je společenská akce, spíše neformální akce spojená s jídlem v přírodě a může trvat celý den. Dobré plánování, včetně jídla a hygieny, je klíčové. Oblečení je spíše neformální. Stoluje se na nepromokavých dekách, nedílnou součástí jsou proutěné piknikové koše. Může být i součástí výletů nebo návštěv různých historických lokalit.
- **Barbecue:** Společenská akce, kde se peče maso za přítomnosti rodiny a přátel, s neformálním charakterem a vhodným oděvem.
- **Párty:** Různé společenské události, které trvají až do druhého rána a zahrnují různé druhy zábavy.
- **Pficiální oběd nebo večeře:** Oficiální večeře patří mezi nejdůležitější společenské akce, s formálními pozvánkami a stanovenými zasedacími pořádky.
- **Matinée:** Tato společenská událost se koná dopoledne, obvykle mezi 10:00 a 11:30 hodinou.
- **Soirée:** Podobná matinée, ale koná se večer.
- **Koktejl:** Méně formální společenská akce s cílem usnadnit seznámení a navazování kontaktů. Časově (i finančně) je ale koktejl méně náročný. Je organizován v dopoledních, odpoledních i večerních hodinách. Výběr oblečení se řídí denní dobou, ve které se pořádá. Čím dříve to je, tím volnější styl můžeme zvolit. Jednohubky nikdy nebereme do prstů – číšník vždy nabízí ubrousky.
- **Kávový dýchánek:** Společenská akce s podáváním kávy, obvykle odpoledne.
- **Číše vína:** Společenský podnik s vinnou degustací, obvykle kolem poledne, může se konat i jako krátké odpolední setkání, jako malé občerstvení slouží pouze slané pečivo vhodné k vínu a mandle.
- **Čaj o páté:** Neformální setkání, obvykle odpoledne, určené především pro dámskou společnost.
- **Banket:** Velkolepá událost s hostinou a slavnostním servírováním jídel, obvykle k významným příležitostem.

- **Buffet lunch, buffet dinner:** Méně formální akce, kde si hosté sami vybírají jídlo od bufetových stolů. Mathé a Špaček (2005) uvádí, že svobodný je nejen výběr jídel, ale i volba sousedů a partnerů ke konverzaci.
- **Bowle:** Společenská akce na zahradě, často po večeři, s podáváním alkoholické a nealkoholické bowle.¹²⁷

Snídaně - pracovní snídaně, z anglického Business breakfast a datuje se od r. 1425. V současnosti je stále oblíbenějším a často organizovaným společenským podnikem. Její výhody: jsou méně formální, umožňují vytvořit dělnou atmosféru v příjemném prostředí, konají se přímo na pracovištích, klubech, kavárnách i doma, jsou časově méně náročné, využívají čas, který obvykle nebývá vyhrazen standardním setkáním a pracovním povinností. Na pracovní snídani se obvykle zve omezený počet osob a nikdy se nepodávají alkoholické nápoje. Na pracovní snídani se obvykle omlouváme telefonicky, ústně nebo e-mailem. Účastníci snídane mohou položit na stul své poznámky, materiály apod. Mohou sloužit pro setkání s odbornou veřejností, k představení ekonomických výsledků firmy apod. Snídani lze zahájit v 9, brunch v 10 nebo o půl 11, protože spojuje snídani s lehkým obědem. Pokud nechce šéf pořádat pro své spolupracovníky velkou oslavu svých nekulatých narozenin pozve je na brunch do restaurace.

Mezi další formy společenských podniků patří:

- **Hudební případně filmový večer** – bývá obvykle spojen s menší večeří nebo Buffet Dinner.
- **Taneční večer, bridžový večer** – jejich účel je dán názvem a jejich součástí bývají večeři nebo Buffet Dinner.

PŘÍPADOVÁ STUDIE



Popis situace:

David je vedoucím oddělení v technologické firmě, která se specializuje na vývoj softwaru. Jeho tým pracuje na náročném projektu několik měsíců a dosáhl vynikajících výsledků. David se rozhodl, že by měl pořádat podnikovou společenskou akci jako odměnu za tvrdou práci a úspěšné dokončení projektu. David se rozhodl uspořádat večírek na pláži poblíž firmy. Chtěl vytvořit uvolněnou atmosféru, kde by si jeho tým mohl odpočinout a oslavit své úspěchy. Kromě toho byl David také přesvědčen, že tato událost by mohla posílit týmovou soudržnost a zvýšit morálku týmu.

Na pláži bylo připraveno grilování, hudba a několik zábavných aktivit, jako je plážový volejbal a ohňostroj na závěr večera. David si najal cateringovou firmu, aby zajistila jídlo a nápoje pro všechny účastníky.

¹²⁷ CHOVIČEK, EU, 2017. *Společenské podniky*. [online] 2018 [cit. 2018-02-27]. Dostupné z: <http://www.chovici.eu/spolecenske-podniky/m159>

Problém:

Nicméně, při plánování události se David setkal s několika výzvami. Nebylo jednoduché najít vhodné místo na pláži, které by bylo k dispozici a splňovalo všechny požadavky. Také musel zvážit různé dietní omezení a preference účastníků, aby zajistil, že všechny budou spokojené s nabízeným jídlem.

Návrh řešení:

Jak by měl David řešit tyto výzvy a co by mohl udělat, aby zajištění podnikové společenské akce na pláži bylo úspěšné a zábavné pro jeho tým?



KONTROLNÍ OTÁZKA

Jaké jsou hlavní cíle a výhody pořádání podnikových společenských událostí pro firmy a její zaměstnance?

7.2 Pozvání a pozvánky

Pozvání a pozvánky hrají klíčovou roli při organizaci společenských akcí a obchodních jednání. Pozvání je prvním krokem k tomu, aby se hosté nebo obchodní partneři dozvěděli o události a mohli se na ni připravit. Zde jsou některé informace o pozvání a pozvánkách:

1. Pozvání:

- **Ústní pozvání:** Mohou být vyjádřena ústně, telefonicky nebo osobně. Jsou často vhodná pro neformální události mezi přáteli a rodinou.
- **Písemné pozvání:** Je formálnější a obsahuje detaily o akci. Písemná pozvání jsou běžná pro obchodní akce, svatby a oficiální společenské události.

2. Pozvánky:

- **Design a vzhled:** Pozvánky mají obvykle atraktivní design, který odpovídá charakteru události. Například svatební pozvánky bývají romantické, zatímco pozvánky na podnikovou akci jsou obvykle profesionální.

- **Text pozvánky:** Text pozvánky by měl obsahovat základní informace, jako jsou datum, čas a místo akce. Měl by také uvést důležité podrobnosti, jako je dress code, program, a kontaktní informace pro potvrzení účasti.
- **Personalizace:** V některých případech může být pozvánka personalizována jmény hostů a poskytnutím dalších specifických informací.
- **Způsob doručení:** Pozvánky mohou být doručeny e-mailem, poštou, osobně nebo dokonce prostřednictvím speciálních online platforem pro správu událostí.
- **Jazyk:** Jazyk pozvání a pozvánky by měl být vhodný pro konkrétní typ události a publika. Obchodní pozvánky budou formálnější než pozvánky na rodinnou oslavu.
- **Potvrzení účasti:** Pozvání může obsahovat instrukce ohledně potvrzení účasti. To pomáhá organizátorům plánovat a připravit se na počet hostů.
- **Deadline pro odpovědi:** Pokud je to vhodné, měla by pozvánka obsahovat datum, do kterého hosté nebo obchodní partneři měli potvrdit svou účast.
- **Doplňující informace:** Může obsahovat další informace, jako jsou mapy, parkovací pokyny, seznamy hotelů pro hosty z jiných měst atd.

Podle Špačka (2007) pozvánka není jen písemným pozváním na určitou akci, ale je současně důležitým vodítkem pro rozhodování, zda se akce zúčastníme, co si vezmeme na sebe a zda přijdeme s partnerem či bez něho. Je důležité také dbát na to, aby všechny poskytované informace, byly co možná bez jediné chyby. Protože jediná chyby na pozvánce může znamenat nejen problém jak pro zvané hosty, tak i pro hostitele.

Podle Formáčkové (2016, s. 14) pokud odmítnete pozvání (ať už písemně nebo telefonicky), je zapotřebí také uvést důvod odmítnutí. Je také vhodné si zapamatovat, že časem bychom měli hostiteli pozvání oplátit.

Termíny business formal a business casual¹²⁸ na pozvánce asi běžně nevidíte. I tak se ovšem vyplatí je znát, patří totiž do sféry firemního odívání. Zaměstnankyně, primárně ty, které jednají s lidmi, by se před nástupem do nové práce měly vybavit dobře padnoucími, a tedy i pohodlnými kalhotovými kostýmkami, pouzdrovými sukněmi ke kolenům, formálními halenkami s dlouhým rukávem, propínacími svetříky a blejzry. Dnes již neplatí, že by se ženy nutně musely trápit celý den v lodičkách, přípustné jsou tedy i oxfordky nebo mokasíny. Pánové mohou obléknout klasické kalhoty, tzv. chinos, a neformální, sportovní sako. Na výběr pak mají klasickou košili s dlouhým rukávem a polo tričko. Kravaty a motýlky mohou s klidným srdcem nechat doma. Nepsané pravidlo říká, že barva pásku by

¹²⁸ IDNES.CZ, 2019. Dress code ve vedru tolik neplatí, šortky už mohou obléknout i v bankách
Zdroj: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/pocasi-dresscode-lezerni-kravata.A190819_103053_domaci_hmo [online] [cit. 2024-02-02]. Dostupné z: <https://www.idnes.cz/onadnes/moda/dress>

měla ladit s botami – buďto formálními či mokasínami, a ponožky zase s kalhotami. Pokud jste pozváni na konferenci, firemní oběd či důležitou obchodní schůzku, dejte přednost dress codu business formal, který se liší spíše jen délkami oděvů – třeba sukní pod kolena. Také barvy by měly být tlumenější, a tedy i důstojnější. Vedle nešlápnete s šedou, hnědou, bílou, černou, olivovou či bordó.



K ZAPAMATOVÁNÍ JAK SPRÁVNĚ ROZESIÁLAT POZVÁNKY

Formáčková (2016, s. 14-15) také uvádí rady, jak předejit nepříjemný záležitostem při rozesílání pozvámek:

- na pozvánkách bývá také někdy uvedeno, že pozvánka platí pro dvě osoby (= doprovod),
- pokud jsou zváni partneři, tedy manželé a manželky, je Česku uvedeno „s manželem“, „s manželkou“, v zahraničí se uvádí: M. et Mme či Mr. and Mrs.,
- pokud to není uvedeno, platí jen pro toho, kdo je uvedený na pozvánce. Pokud není uvedeno jméno, platí pozvání pro toho, kdo pozvánku obdržel, tedy jedna osoba,
- v současnosti lze vidět na pozvánkách nejčastěji „s doprovodem“, vyvarujeme se tak nedorozumění, když nevíme, s kým dotyčný žije,
- dalším důležitým rysem pozvánky je, že je nepřenosná, výjimku lze vidět pouze při konání veletrhů,
- dopsat údaje rukou o jménu osoby, kterou jsme pozvali, lze pouze u pozvánky (nikoliv dopisu), která je předtištěná,
- pokud se jedná o diplomatickou recepci, pak pozvánky jsou bílé a obsahují kromě běžných údajů, také tištěný státní znak zlaté barvy a nesmíme zapomenout na levý horní roh, ve kterém by se měla objevit stručná informace o společenském oděvu,
- pokud se pozvánka tiskne dvojjazyčně, má v Česku čeština před druhým jazykem přednost.

Nejčastější používané mezinárodně uznávané zkratky na vizitkách, pozvánkách a v dopisech (Špaček, 20019, Gullová, 2013, s. 211–212, Formáčková, 2016, s. 19–21) jsou:



K ZAPAMATOVÁNÍ VYBRANÉ MEZINÁRODNÍ ZKRATKY

- p.f. - pour féliciter – blahopřání k čemukoliv, oplácí se vizitkou p.r.,
- p.f.N.A.2024 – pour féliciter Nouvel An – Zasílá se k blahopřání k novému roku,
- p.p. - pour presenter – za účelem představení se, nejedná se však o vlastní představení osoby, nýbrž o představení známého, přítele, podřízeného, dealera, obchodního ředitele apod., někomu jinému.
- p.p.a. – pour annoncer l'arrivée – oznámení o příjezdu,

- p.p.c – pour prendre congé – tj. na rozloučenou. Posílá se osobám, s nimiž se nehodláme, nebo nemůžeme rozloučit dopisem nebo osobně. Na tyto vizitky se již neodpovídá,
 - p.c. – pour condoléance – chceme – li vyjádřit soustrast, zasíláme vizitku s tímto označením nebo s označením p.p.p. – pour prendre part. U nás se dnes častěji vypisují slovy „Upřímnou soustrast“. Na tyto vizitky se odpovídá vizitkou s děkovnou zkratkou p.r.,
 - p.r. – pour remercier – tj. poděkování, posílá se velmi často po obdržení vizitky p.f.
 - p.r. et p.f. – projev poděkování a současně blahopřání,
 - p.f.v. – pour faire visite – tj. za účelem návštěvy,
 - p. m. – pour memoire, p. r. – pour rappeler, to remind – tyto tři způsoby znamenají – pozvánka potvrzením, již dřívější ústní dohody, znamenají tedy- dovolume si připomenout,
 - R.S.V.P. – repondez s’il vous plait – račte laskavě odpovědět, potvrďte svou účast, nebo se omluvte,
 - RLO – račte laskavě odpovědět,
 - regrets only – použijte uvedené telefonní číslo, když omlouváte svoji neúčast,
 - s.t. – sine tempore – přijďte přesně,
 - c.t. – cum tempore – čas příchodu je volný, v řádu desítek minut,
-

Předávání vizitek, které podléhá společenským pravidlům, můžeme shrnout také do několika bodů:

- mějte u sebe jen tolik vizitek, kolik myslíte, že budete potřebovat a zapamatujte si hlavně, na jakém místě u sebe je máte schované. Nedávejte vizitky na počkání každému - vizitky neslouží pro Vaši reklamu, ale slouží k předávání písemného kontaktu někomu, s kým jste se už seznámili,
- platí pravidlo, že významově důležitější osoba podává vizitky jako první, platí zde také pravidlo pravé ruky,
- když si vezmete od někoho vizitku, tak si ji letmo pročtete a prohlédnete. Teprve pak je slušností si ji chovat do kapsy nebo tašky, nikoliv dříve. Není také slušné, pokud při převzetí vizitky, si do ní budete něco zapisovat. To nechte až na dobu, kdy ukončíte rozhovor s danou osobou.¹²⁹

Jak také uvádí Gullová (2013, s. 212) vedle toho, že existují papírové vizitky, stále více firem, osob a institucí začíná používat vizitky elektronické, díky také tomu, že došlo k rozvoji informačních technologií. Elektronické vizitky jsou digitální verze tradičních papírových vizitek, které umožňují rychlý a pohodlný způsob sdílení kontaktních informací a

¹²⁹ POINT4ME.CZ, 2017. *Jak správně předávat vizitky*. [on-line] 2018 [cit. 2018-03-14]. Dostupné z: <https://profi.point4me.com/jak-spravne-pre-davat-vizitky-mame-5-tipu>.

profesních údajů mezi lidmi. Jsou často používány v dnešní digitální době a mají několik výhod:

- **Snadná sdílení:** Elektronické vizitky lze rychle sdílet prostřednictvím mobilních aplikací, e-mailu, textových zpráv nebo QR kódů. To umožňuje rychlou výměnu kontaktů na konferencích, setkáních nebo ve společenských situacích.
- **Ekologický přístup:** Elektronické vizitky nevyžadují tisk na papír, což pomáhá snížit spotřebu papíru a šetří životní prostředí.
- **Aktualizace údajů:** Pokud dojde ke změně kontaktních údajů, lze elektronickou vizitku snadno aktualizovat, což je obtížnější u tradičních papírových vizitek.
- **Interaktivita:** Některé elektronické vizitky mohou obsahovat interaktivní prvky, jako jsou odkazy na webové stránky, sociální média nebo další informace o firmě.
- **QR kódy:** Elektronické vizitky mohou obsahovat QR kódy, které lze rychle naskenovat smartphonem a automaticky uložit kontaktní údaje do adresáře.
- **Multimediální obsah:** Mnoho elektronických vizitek podporuje přidávání multimediálního obsahu, jako jsou fotografie, videa nebo zvukové záznamy, což může poskytnout více informací o vaší firmě nebo produktu.
- **Zálohování dat:** Elektronické vizitky lze snadno zálohovat a synchronizovat s cloudovými úložišti, což zajišťuje, že neztratíte důležité kontakty.

Existuje mnoho aplikací a online služeb, které umožňují vytvoření a sdílení elektronických vizitek. Tyto elektronické vizitky mohou být ve formě digitálních souborů (PDF, vCard) nebo ve speciálních mobilních aplikacích.

Příklady
vizitek
vybr
zemí



K ZAPAMATOVÁNÍ ROZDÍLY VE VIZITKÁCH V JEDNOTLIVÝCH ZEMÍCH

Gullová (2011, s. 143) také uvádí, že existují rozdíly ve vizitkách v jednotlivých státech, včetně jejich používání:

- při kontaktu s obchodními partnery v EU je žádoucí mít při sobě vizitku v jazyku daného státu. Na anglických vizitkách se nesetkáváme s akademickými tituly,
- Německé vizitky jsou často formální a precizní. Obsahují jméno, titul, jméno firmy, pozici a kontaktní údaje. Design může být minimalistický, ale kvalita tisku a papíru je důležitá.
- Francie – zde se používají vizitky bez akademických titulů, ale s uvedením firmní funkce. Vizitky v anglickém jazyce přebírají zvyklosti britské či americké.

- Maďarsko – při obchodních jednáních s maďarskými partnery přichází v úvahu jednak vizitky v anglickém jazyce (vytištěné dle pravidle Velké Británie), nebo v německém jazyce (dle zvyků v Rakousku). Maďarští obchodníci používají dvoustranné s anglickou (výjimečně německou) verzí na straně druhé, nebo pouze vizitky v maďarštině,
 - Polsko – při cestě do Polska s sebou mějte větší počet vizitek. Nemusí být přeloženy do polštiny. Lze použít vizitky v české nebo anglické verzi. Na polských navštívenkách jsou uvedeny všechny tituly a funkce,
 - Japonsko – vizitky v Japonsku také známé jako "meishi", jsou velmi důležité a mají svá pravidla. Jsou obvykle menší než americké vizitky a jsou tištěny na obou stranách. Obsahují jméno, titul a podrobné kontaktní údaje. Design může být formální a jednoduchý.
 - USA – vizitky v USA bývají jednoduché, s čistým designem. Obsahují jméno, titul, jméno firmy a kontaktní údaje, jako jsou telefonní číslo a e-mailová adresa. Barva a design mohou být spíše konzervativní.
-

KONTROLNÍ OTÁZKA



Jaká je hlavní funkce vizitky v obchodním světě a jak se liší v různých zemích?

OTÁZKY



1. Je podniková společenská událost obvykle spojena s pracovním prostředím a pracovními záležitostmi?
 2. Mívají podnikové společenské události stanovený dress code?
 3. Je společenská akce „Čaj o páté“ určen hlavně pro muže?
 4. Mohou elektronické vizitky obsahovat QR kódy?
 5. Znamená zkratka c.t. – cum tempore - přijďte přesně?
-

ODPOVĚDI



1. ne, 2. ano, 3. ne, 4. ano, 5. ano.



SHRNUTÍ KAPITOLY

Různé společenské události často probíhají nejen v rámci obchodních jednání, ale také při jiných slavnostních příležitostech. Každá společenská akce nebo událost má určený počet pozvaných hostů. Během těchto událostí můžeme navázat kontakt s lidmi, s nimiž bychom se obvykle nesetkali. Pokud se zúčastníme nějaké společenské akce nebo význačné události, klade se důraz na to, že hlavním prvkem není jídlo a pití, ale spíše diskuze, výměna názorů a prohlubování vztahů. Existuje mnoho různých typů společenských příležitostí a akcí, jako jsou zahradní párty, river party, réveillon, recepce, raut, pracovní oběd, piknik a další.

Další oblastí, která vyžaduje respektování společenských konvencí, jsou pozvánky. Každou pozvánku je vhodné odeslat nejméně šest týdnů před plánovaným datem události, přičemž lze pozvánky rozeslat i dříve. Z pozvánky bychom měli získat základní informace, které se týkají zejména toho, "kdo pozvání vyslal, kam, kdy a jaký program na akci očekávat". Pozvánka je důležitým komunikačním prostředkem, který nám umožňuje rozhodnout, zda se na dané akci zúčastníme, zda si vezmeme doprovod nebo zda se dostavíme sami.

V případě, že se aktivně podílíme na tvorbě pozvánek, neměli bychom opomenout zařadit na pozvánku datum, na které bude hostitel očekávat potvrzení účasti, a to zpravidla v podobě zkratky RSVP. Tato mezinárodně uznávaná zkratka používaná v písemném styku znamená "prosím o odpověď" a slouží k informování hostitele, zda přijímáme jeho pozvání nebo ho omlouváme. V případě odmítnutí pozvání je také vhodné uvést důvody pro naše rozhodnutí. Kromě tradičních tištěných vizitek se také stále více prosazují elektronické vizitky, které mohou mít různé formáty, včetně CD vizitek, vizitek ve formátu vCard apod.

8. DIPLOMATICKÉ STYKY A DIPLOMATICKÝ PROTOKOL

RYCHLÝ NÁHLED KAPITOLY



Osmá kapitola je věnována problematice diplomacie a diplomatickým stykům. Budou stručně popsány vybrané orgány státu, které slouží pro mezinárodní styk. Dále budou charakterizovány diplomatické mise, konzulární styky a konzuláty. Kromě toho bude objasněna role pravidel pro další protokolární akce a diplomatickou korespondenci.

CÍLE KAPITOLY



Konkrétní výčet schopností, dovedností, kompetencí, které by měl student po prostudování kapitoly ovládat nebo dosáhnout:

- stručně definovat diplomacii a diplomatické styky,
 - vyjmenovat vybrané orgány státu pro mezinárodní styk,
 - charakterizovat diplomatické mise, konzulární styky a konzuláty,
 - objasnit význam pravidel pro další protokolární akce a diplomatickou korespondenci.
-

KLÍČOVÁ SLOVA KAPITOLY



Diplomacie, moderní diplomacie, diplomatické styky, diplomatický protokol, orgány státu pro mezinárodní styk, orgány diplomatické, nediplomatické, stálé diplomatické mise, občasné diplomatické mise, vnitřní orgány státu, konzulární úřad, konferenční diplomacie.

8.1 Diplomacie a diplomatické styky, diplomatický protokol

Podle Gullové (2013, s. 158) pojem diplomacie v dnešním slova smyslu se používá od 18. století. Nejčastěji se v nich objevuje konstatování, že diplomacie představuje zastupování státu navenek a vedení jednání v zájmu státu s představiteli jiných suverénních států. Diplomacie je tedy chápána jako souhrn nástrojů zahraniční politiky státu k prosazování jeho zájmu především v zahraničí.

V 70. letech minulého století se objevuje pojem „**moderní diplomacie**“, kterou např. E.Satow definuje, jako „využití vzdělanosti a taktu k uskutečňování oficiálních vztahů mezi vládami nezávislých států“ (Rob a Krška, 2001). **Moderní diplomacie** se vyvíjí v souladu s rychle měnícím se mezinárodním prostředím a novými technologiemi. Zahrnuje řadu nových prvků a přístupů, které odrážejí současnou realitu mezinárodních vztahů.



DEFINICE MEZINÁRODNÍ DIPLOMACIE A DIPLOMATICKÉ MISE

Mezinárodní diplomacie - je pravděpodobně nejběžnější chápání diplomacie. Jedná se o oficiální vztahy mezi vládami různých zemí. Diplomacie zahrnuje všechny formy komunikace, jednání a jednání mezi státy, jejich vládami a diplomaty. Cílem je dosáhnout dohod, řešit konflikty, budovat spojení, zajišťovat bezpečnost a prosazovat národní zájmy.

Němčanský (2009) vysvětluje **diplomatickou misi** jako stálý zahraniční orgán státu pro mezinárodní styk nejvyššího významu, který má reprezentativní charakter a všechna její oficiální jednání zavazují domovský stát. Jinými slovy řečeno, diplomatická mise je oficiální posláni vlády nebo země, které má za úkol zastupovat zájmy této země v cizině a udržovat diplomatické vztahy s jinými státy.

Podle Gullové (2013, s. 159) jsou jednání, která probíhají na úrovni států, často zaměřena na určité oblasti (např. oblast kultury, vojenskou, obchodní, kulturní, sportovní, parlamentní apod.), vyžadují tato jednání speciální odbornou přípravu, odborné znalosti a i samotná jednání mají svá specifika, vznikají nové, relativně samostatné oblasti a metody, které diplomacie využívá.

K takovým oblastem patří např. (Gullová, 2013, s. 159):

- **agrární diplomacie** – je zaměřena na mezinárodní obchodování související se zemědělskou produkcí,
- **bezpečnostní diplomacie** – související s bezpečnostními zájmy státu,
- **vojenská diplomacie** – zde můžeme zařadit vše, co se týká armády či obrany atd. Vojenská diplomacie může nabývat dvou podob – bilaterální a multilaterální. Bilaterální vojenská diplomacie souvisí s existencí sítě vojenských, leteckých respektive námořních přidělců či přidělců obrany na jednotlivých zastupitelských úřadech (dále ZÚ) v zahraničí. O multilaterální vojenské diplomacii lze hovořit s ohledem na činnost vojenských zástupců států u mezinárodních organizací, jako jsou OSN, NATO, EU a OBSE¹³⁰,

¹³⁰ JUNGBAUER, R., 2011. Druhy soudobé diplomacie. Mezinárodní politika, roč. 7 (4). [online]. [cit. 2023-11-23]. Dostupné z: <http://www.iir.cz/article/druhy-soudobe-diplomacie>.

- **ekonomická diplomacie** - tento druh diplomacie se zaměřuje na hospodářské vztahy mezi zeměmi. Cílem je posilovat obchodní vztahy, podporovat investice a rozvíjet hospodářskou spolupráci. To může zahrnovat jednání o obchodních dohodách, podnikání v zahraničí a propagaci exportu. Projekty na podporu ekonomické diplomacie (PROPED) v oblasti zemědělství a potravinářství pro rok 2024 jsou uvedeny na <https://eagri.cz/public/portal/mze/ministerstvo-zemedelstvi/proexportni-okenko/projekty-na-podporu-ekonomicke>,
- **mírová diplomacie** - mírová diplomacie je zaměřena na řešení mezinárodních konfliktů a udržení míru. Diplomaté pracují na jednáních, mediace a diplomatických dohodách mezi konfliktními stranami. Mírová diplomacie hraje klíčovou roli v prevenci válek a řešení mezinárodních krizí.
- **multilaterální diplomacie** - multilaterální diplomacie se odehrává v rámci mezinárodních organizací, jako je OSN, EU nebo NATO. Země spolupracují na řešení globálních problémů, jako je změna klimatu, lidská práva a humanitární pomoc. Tento druh diplomacie zahrnuje jednání a spolupráci s mnoha zeměmi současně.
- **digitální diplomacie** - v digitálním věku zahrnuje diplomacie také online komunikaci a propagaci. Digitální diplomacie zahrnuje použití sociálních médií, webových stránek a dalších digitálních nástrojů k oslovování veřejnosti a šíření informací.
- **kulturní diplomacie** - kulturní diplomacie se zaměřuje na výměnu kultury, umění a vzdělání mezi zeměmi. Cílem je posílit kulturní porozumění a vzájemný respekt. To může zahrnovat kulturní výstavy, koncerty, výměnné programy a vydávání literatury.
- **environmentální diplomacie** - tento druh diplomacie se zaměřuje na otázky životního prostředí a udržitelnosti. Cílem je spolupracovat na ochraně planety, řešit problémy jako je změna klimatu a udržitelné využívání přírodních zdrojů apod.

Rada EU schválila závěry o **digitální diplomacii EU**¹³¹. Stanovila prioritní opatření pro silnější opatření na úrovni EU v oblasti globálních digitálních záležitostí. V době stále větších geopolitických výzev rychlý rozvoj přelomových technologií s transformačním dopadem na ekonomiku a společnost vyžaduje, aby EU a její členské státy posílily svou úlohu a vedoucí postavení v oblasti globální digitální správy. Jsou zapotřebí silnější, strategičtější, soudržnější a účinnější politika a činnosti EU v oblasti globálních digitálních záležitostí, a je v nich stanovena řada prioritních opatření na základě pokroku dosaženého při provádění závěrů Rady o digitální diplomacii EU z roku 2022. Má-li EU posunout svou digitální diplomacii o úroveň výš, musí jednat v rámci přístupu „tým Evropa“, společně chránit své

¹³¹ RADA EU, 2023. Digitální diplomacie: Rada stanovila prioritní opatření pro silnější opatření na úrovni EU v oblasti globálních digitálních záležitostí. [online] 2023 [cit. 2023-12-11]. Dostupné z <https://www.consilium.europa.eu/cs/press/press-releases/2023/06/26/digital-diplomacy-council-sets-out-priority-actions-for-stronger-eu-action-in-global-digital-affairs/>

strategické zájmy a podporovat svůj přístup k digitální transformaci zaměřený na člověka. Toho by mělo být dosaženo:

- zaprvé strategickým zapojením do všech příslušných mnohostranných fór a zachováním stávajícího modelu správy internetu se zapojením mnoha zúčastněných stran;
- zadruhé začleněním digitální diplomacie do strategie Global Gateway: „nabídky“ EU pro utváření bezpečné a důvěryhodné globální konektivity;
- a v neposlední řadě posílením postavení EU jako tvůrce globálního souboru pravidel pro digitální oblast, mimo jiné prostřednictvím posílených dvoustranných a regionálních digitálních partnerství a aliancí.

V moderní době jsou **summity** důležitým nástrojem diplomacie¹³². Konají se buď na bilaterální, nebo na multilaterální základně. Zvláště užitečná bývají pravidelná setkání (například zasedání Evropské rady či G 20), kde je možné si v delším časovém období vyjasnit názory a průběžně se na ně připravovat. K jednorázovým summitům obvykle dochází buď při oficiálních státních návštěvách či při vyřešení nějakého problému, anebo při protokolárních událostech (instalace nebo pohřeb hlavy státu). Summitům obvykle předchází dlouhá příprava na profesionální diplomatické úrovni. I **summitová diplomacie** má svá úskalí. Nezřídka bývá provázena velkou mediální publicitou s přehnanou pozorností soustředěnou na ceremoniál, čímž původní politický záměr může ustoupit do pozadí. Některé odborné problémy mohou být natolik náročné, že šéfové států a vlád se mnohdy v nich detailně neorientují. O celkové užitečnosti summitů nemůže být sporu, rozhodně je však nelze považovat za univerzální metodu zaručeně úspěšného řešení všech mezinárodních problémů.

Jungbauer (2011)¹³³ hovoří o růstu významu **veřejné diplomacie**, jakožto nástroje prosazování zahraničněpolitických zájmů. Lze ji definovat jako cílenou prezentaci státu prostřednictvím informování a ovlivňování nejenom elit, nýbrž i široké veřejnosti v zahraničí. Vychází z předpokladu, že veřejné mínění může mít značný vliv na vládní politiku. Tato oblast diplomacie jde nad její obvyklý tradiční rámec a věnuje se rozvíjení pozitivního obrazu dané země mezi obyvatelstvem v zahraničí, pro což bylo v minulosti používáno nepřilíživě libozvučné označení propaganda. Svými metodami, prostředky a cíli se často prolíná s ekonomickou a kulturní diplomacií.

Paradiplomacie (Hubinger, 2006) označuje zahraniční aktivity regionu, krajů nebo měst zemí Evropské unie. Tyto subjekty mají právo uzavírat dohody a kooperovat s analogickými subjekty v jiných zemích. Nejčastěji jde o kooperační vztahy příhraničních oblastí sousedních států. Cílem je podporovat především kulturní, sportovní, ale i samosprávné a společenské aktivity, povzbuzovat svůj ekonomický rozvoj a přispívat k lepšímu porozumění mezi obyvateli zúčastněných celků.

¹³² JUNGBAUER, R., 2011. Druhy soudobé diplomacie. [online] 2023 [cit. 2023-12-11]. Dostupné <https://www.iir.cz/druhy-soudobe-diplomacie>.

¹³³ dtto

Odborná literatura rozlišuje pět hlavních činností diplomacie:

- vyjednávání,
- reprezentace a propagace země,
- získávání informací,
- interpretace získaných informací,
- konzulární služby (ochrana občanů v zahraničí, agenda spjatá s pobytem cizinců v určitém státě - víza).

Podle MZV (2018) můžeme jednotlivé šéfy diplomacií rozdělit na:

- mimořádný a zplnomocněný velvyslanec - funkce, vedoucí úřadu - jmenován prezidentem republiky po projednání vládou a na návrh ministra zahraničí. Musí se žádat hostitelská/přijímací země, která na znamení souhlasu vydává tzv. agrément. Bez něho se velvyslanec nemůže ujmout funkce. Odmítnutí nebo neudělení agrémentu je ostrým krokem proti žádající zemi,
- chargé d'affaires - funkce, vedoucí úřadu - jmenován ministrem zahraničí ČR, nemusí se žádat o souhlas hostitelské/přijímací země,
- generální konzul - vedoucí generálního konzulátu (zastupuje ČR jen na určitém území, nikoliv v celé zemi),
- velvyslanec se zvláštním posláním - funkce k plnění konkrétního úkolu,
- velvyslanec - nejvyšší diplomatická hodnost. Každý velvyslanec nemusí být nutně vedoucím velvyslanectvím (tj. mimořádným a zplnomocněným velvyslanecem).¹³⁴

Jak je také uvedeno na stránkách MZV (2018) v české diplomatické službě, podobně jako u většiny cizích států, se v souladu s mezinárodní praxí používají níže uvedené diplomatické hodnosti:

- velvyslanec (nejvyšší hodnost),
- rada-vyslanec,
- velvyslanecký rada nižší,
- I. až III. tajemník,
- Attaché - nejnižší diplomatická hodnost, bývá propůjčována i nediplomatickým pracovníkům, na dobu výkonu funkce - hospodářům úřadů a dalším.¹³⁵

Dalším často používaným pojmem v diplomacii je **diplomatický sbor**, do kterého podle Kubičkové (2017, s. 28) patří všichni členové diplomatického personálu a jejich rodinní příslušníci. Diplomatický sbor není orgánem. Pokud sbor vystupuje jako celek, stojí v jeho čele doyen (hodností a pořadím funkčně nejstarší diplomatický zástupce), který vystupuje

¹³⁴ MZV, 2018. *Hodnosti a funkce diplomatů*. [online] 2018 [cit. 2018-04-04]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/organizacni_struktura/hod-nosti_a_funkce_diplomatu_objasneni.html.

¹³⁵ Tamtéž

jeho jménem. V katolických zemích jsou doyenové papežští nunciové. Doyen je čestná funkce.

Jak také uvádí Kubíčková (2017) diplomat je osoba, která je pověřena jednat jménem svého státu se zástupci a představiteli států cizích. Diplomaté požívají určitých výsad. Jedná se zejména o jejich imunitu (nepodléhají, na malé výjimky, trestnímu stíhání za svou činnost) a o exterritorialitu (území jejich úřadu je chráněn před výkonnými orgány státu, ve kterém se nachází). Vymezení, úloha a privilegia diplomatů jsou řízeny Vídeňskou úmluvou o diplomatických stycích z roku 1961.

K typickým představitelům diplomata patří podle Kubíčkové (2017, s. 28):

- velvyslanci,
- vyslanci,
- zástupci různých mezinárodních organizací (OSN, UNESCO),
- zástupci Svatého stolce (úřad římského biskupa).

Nesmíme zapomenout také stručně představit pojem diplomatický protokol. Jak uvádí Šroněk (2002, s. 5 – 6) slovo protokol je odvozeno od řeckého slova „protokolos“ neboli „po sobe jdoucí“. Stejně jako se stránky knížky obracejí a po straně 100 přichází strana 101, tak krok za krokem či stránka za stránkou se odvíjí určitá protokolární akce. V souvislosti s mezinárodními vztahy se „protokol“ vyskytuje jako označení nebo název zápisu o jednání mezinárodní konference nebo kongresu.



K ZAPAMATOVÁNÍ POJEM PROTOKOL

Podle Gullové (2013) výrazem „**protokol**“ se často také označují některé druhy mezinárodních smluv a dokumentů:

- prodloužení mezinárodní dohody, jejíž platnost má skončit,
- úprava nebo změna platné dohody. Při dalších dodatcích může být protokol označen jako „dodatkový protokol“, nebo „další doplňující protokol“,
- protokol jako technický dokument v rámci širší, obecnější dohody,
- jako druh smluvního dokumentu namísto dohody nebo namísto výměny nót.

Diplomatický protokol je soubor pravidel a procedur, které řídí chování a vztahy mezi diplomaty, jak na národní, tak na mezinárodní úrovni. Jeho hlavním cílem je zajistit zdvořilou a efektivní komunikaci a interakci mezi diplomatickými zástupci různých zemí, což přispívá k udržení míru, stability a funkčního mezinárodního systému.

K ZAPAMATOVÁNÍ STÁTNÍ ORGÁNY PRO MEZINÁRODNÍ STYK



Státní orgány uskutečňující mezinárodní styky, můžeme dělit na (Gullová, 2013):

- orgány vnitrostátní,
- orgány zahraniční.

Vnitro-
státní or-
gány v me-
zinárod-
ním styku

K vnitrostátním orgánům patří především:

- hlava státu, vláda, MZV a v některých zemích i ministerstvo zahraničního obchodu. Mezinárodní právo jim přiznává reprezentativní povahu. To znamená, že tyto orgány mohou jednat jménem státu ve všech věcech zpravidla bez zvláštního zmocnění.
- dále sem můžeme zařadit správní, technické nebo kulturní orgány, které jednají jménem státu ve vymezených oblastech (ministr dopravy, zdravotnictví nebo kultury).

Zahraníční orgány lze je dělit jednak podle povahy jejich práce, jednak podle trvání jim udělených plných mocí.

Zahraníční
orgány

1. Podle povahy práce a rozsahu zplnomocnění je dělíme na (Gullová, 2013):

- **orgány diplomatické** - mají politické funkce, a proto mají zastupitelskou tj. reprezentační povahu, což znamená, že po akreditaci u cizího státu již nepotřebují žádných zvláštních plných mocí pro své služební úkony. Za jejich úkony a činy nese odpovědnost vláda. Požívají zvláštních výsad a imunit,
- **orgány nediplomatické** - nemají politické funkce ani zastupitelskou povahu. Tyto orgány jsou již svými plnými mocemi omezeny na věci nepolitické, např. konzulové, obchodní agenti apod. Konzulové jsou považováni za stále nediplomatické zástupce, i když obsah jejich činnosti se postupně mění.

2. Podle trvání plných mocí se zahraniční orgány dělí na (Gullová, 2013):

- **stále diplomatické mise** - jsou velvyslanectví a vyslanectví, obchodní oddělení, stálí zástupci a stálé delegace u mezinárodních organizací, např. v OSN, při NATO nebo při EU,
- **stále nediplomatické mise** - jsou např. konzulární úřady,
- **dočasné diplomatické mise** - jsou to např. občasné delegace vyslané na mezinárodní kongresy a konference, oficiální zástupci vysílání do zahraničí při různých slavnostních příležitostech jako je např. korunovace hlavy státu, pohřby atd.,
- **dočasné nediplomatické mise** - jsou to např. různí delegáti, komisaři v oblasti technických nebo kulturních styků apod. Patří sem také zvláštní mise (hovoříme

o tzv. diplomacii ad hoc), které se vysílají do zahraničí dočasně za účelem splnění nějakého úkolu.

Podle Němčanského (2009), Gullové (2011, 2013) mezi nejvýznamnější zahraniční orgány pro mezinárodní styky patří **diplomatická mise**. K základním právům každého svrchovaného státu patří právo na diplomatické styky, tj. právo zřizovat stálé diplomatické mise a vysílat a přijímat diplomatické zástupce. Diplomatické styky mezi státy a výsady a imunity stálých diplomatických misí a jejich členů byly dříve upraveny obyčejovým mezinárodním právem.

Diplomatická mise a členové jejího personálu požívají výsady a imunity. Výsady a imunity poskytované jednotlivým členům mise se odlišují podle jednotlivých kategorií personálu. V největším rozsahu jsou poskytovány výsady a imunity členům diplomatického personálu. Mezi výsady a imunity diplomatických misí patří např. (Kubíčková, 2017, s. 30):

- právo vyvěšovat státní vlajku a státní znak,
- nedotknutelnost pozemků, budov a místností diplomatické mise,
- osvobození od placení daní a poplatků (nájem) mimo poplatků za služby (voda, elektřina, plyn),
- osvobození od placení celních poplatků,
- svoboda komunikace diplomatické mise se svou vládou, ostatními misemi a konzuláty vysílaného státu.

Rozsah výsad a imunit u služebního personálu je nejomezenější. Mezi výsady a imunity diplomatických zástupců a příslušníků jejich rodin řadíme např. (Kubíčková, 2017, s. 31):

- osobní nedotknutelnost (nesmí být zadržen ani zatčen), nedotknutelnost soukromé rezidence (rezidence, písemnosti, korespondence, majetek),
- vynětí z trestné, administrativní i civilní jurisdikce (nesmí být postaven před soud, není povinen vypovídat jako svědek) a z ustanovení o sociálním zabezpečení v přijímaném státě,
- osvobození od placení daní a poplatků, celních poplatků za předměty sloužící osobní potřebě,
- osvobození od plnění ostatních služeb,
- svoboda pohybu po území přijímajícího státu s výjimkou vstupu do zakázaných prostor z důvodu státní bezpečnosti.

Podle Němčanského (2009) a Gullové (2013) každý stát má konkrétní představy o svých vztazích s jinými státy. Uskutečňováním těchto představ jsou pověřovány orgány a instituce státu, a to jednak v oblasti zákonodárné, jednak v oblasti výkonné. Vznik těchto orgánů, jejich práva a povinnosti, upravuje obvykle ústava nebo jiné zákonné normy. Zákonodárny sbor schvaluje zákony upravující pravomoci hlavy státu a ostatních ústavních činitelů, vyjadřuje se k politice vlády, včetně politiky směrem k zahraničí.

Prezident republiky podle Koudelky (2009, s. 929 – 939):

- zastupuje stát navenek,
- sjednává a ratifikuje mezinárodní smlouvy; sjednávání mezinárodních smluv může přenést na vládu, nebo s jejím souhlasem na jednotlivé členy,
- přijímá vedoucí zastupitelských misí,
- pověřuje a odvolává vedoucí zastupitelských misí.

Gullova (2013) charakterizuje také **konzulární úřad (konzulát)** jako zahraniční orgán státu, který je zřízen na území dalšího státu, a slouží zejména pro ochranu zájmů vysílajícího státu, včetně jeho příslušníků.

Úkolem konzulární služby je poskytovat pomoc v rozmanitých životních situacích, do kterých se naši občané mohou během svého pobytu v zahraničí dostat a které nejsou schopni řešit vlastními silami. Na webových stránkách MZV (2017) lze najít konkrétní příklady pomoci, kterou lze od českých zastupitelských úřadů v zahraničí očekávat:

- v případě ztráty cestovního dokladu v zahraničí vystaví český zastupitelský úřad nový dokument,
- dále zprostředkovává informace a asistuje při zajišťování finančních prostředků,
- v případě nehody nebo úmrtí v zahraničí informuje příbuzné o této nečekané události,
- poskytuje také rady a informace o možnostech nalezení lékařů, zdravotnických zařízení, právníků a tlumočnicků,
- nabízí pomoc při repatriaci nemocných, zraněných nebo zemřelých osob a další služby.¹³⁶

Na stejných webových stránkách MZV (2017) můžeme najít příklady činností, které nejsou v kompetenci zastupitelského úřadu:

- nevztahuje se na úhradu účtů za ubytování, stravování a další služby jiných osob,
- neposkytuje finanční pomoc při ztrátě hotovosti nebo kreditních karet během pobytu v zahraničí,
- není náhradou za služby bank, cestovních kanceláří, zdravotních pojišťoven, tlumočnicků a podobných profesí,
- nezastupuje úřední postupy spojené s poštou nebo zaměstnáním,
- nemá pravomoc zprostředkovat víza pro cizí státy nebo zaručit vstup na jejich území, pokud občan nemá platný pas,
- neposkytuje zlepšenou péči ve zdravotnických zařízeních nebo ve věznicích nad rámec místního standardu služeb, a tak dále.¹³⁷

K ZAPAMATOVÁNÍ DĚLENÍ KONZULŮ



Podle Kubičkové (2017, s. 29) můžeme konzuly rozdělit do několika tříd:

¹³⁶ MZV, 2017. Konzulární služba. [online] 2018 [cit. 2018-04-04]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/jnp/cz/cestujeme/konzularni_sluzba/index.html

¹³⁷ Tamtéž

- generální konzul,
 - konzul,
 - vicekonzul,
 - konzulární jednatel,
 - honorární konzul - Je čestná funkce v diplomacii, zastupují stát v místě svého působení čestně, neplaceně a často nejsou ani státními příslušníky státu, pro který pracují. Stát zřizuje honorární konzuláty ve státech, kde nemá dostatečné vlastní konzulární zastoupení.
-

8.2 Pravidla pro další protokolární akce a diplomatickou korespondenci

Význam znalosti společenské etikety v komerční i diplomatické praxi se zahraničním partnerem je nesporný. Znalost společenské etikety má v komerční i diplomatické praxi významný vliv na úspěch jednotlivců a organizací. Zde je několik důležitých aspektů, jakým způsobem společenská etiketa přispívá k úspěšné komunikaci a jednání:

- **Utváření dobrého dojmu:** Správná společenská etiketa vytváří pozitivní dojem, což je zásadní pro budování osobních a obchodních vztahů. Dobrý dojem může vést k upevnění vztahů a vytvoření dlouhodobých partnerských vazeb.
- **Respekt a zdvořilost:** Znalost společenské etikety pomáhá vyjádřit respekt k druhým lidem a kulturám. To je klíčové v diplomatických vztazích, kde dodržování protokolu a zdvořilé chování může pomoci vyhnout se konfliktům a napětí.
- **Vytváření důvěry:** Dodržování společenské etikety pomáhá budovat důvěru mezi stranami. Důvěra je v obchodním světě zásadní pro uzavírání obchodů a spolupráci.
- **Zajištění efektivní komunikace:** Společenská etiketa může zjednodušit komunikaci a pomoci překonat jazykové a kulturní bariéry. To je klíčové v mezinárodním obchodě a diplomacii.
- **Minimalizace rizika konfliktů:** Dodržování etikety může minimalizovat riziko nedorozumění a konfliktů. V diplomatické praxi je to zvláště důležité, protože špatně zvolená slova nebo gesta mohou mít vážné diplomatické důsledky, apod.

Konferenční diplomacie je podstatní mladší součástí diplomacie a podle Gullové (2011) právě v souvislosti s konferenční diplomacií nelze oddělit problematiku konferenční praxe a protokolu, které zde do značné míry splývají.

Gullová (2013) také uvádí rozdíl mezi mezinárodní konferencí a mezinárodní organizací. **Mezinárodní konferencí se rozumí setkání odborníků, zástupců států nebo organizací z různých zemí, kteří se sejdou za účelem diskuse, výměny názorů a spolupráce na konkrétních tématy nebo otázkách.** Tyto konference mohou být pořádány v různých odvětvích, včetně politiky, vědy, technologie, kultury, životního prostředí, obchodu a dalších.

Mezinárodní organizace jsou sdružení států, která mají vlastní stálé orgány a vykonávají trvale úkoly, uložené jim členskými státy. Rozdíly mezi konferencemi a organizacemi z hlediska věcného spočívají mj. v tom, že konference se svolávají příležitostně nebo nepravidelně, většinou k užší tematice, zatímco organizace pracují trvale.

Mezinárodní konference lze třídit podle několika různých kritérií a charakteristik. Následující seznam představuje některé z hlavních způsobů, jakými lze mezinárodní **konference třídit např.:**

- **Podle zaměření:**
 - **Politické konference:** Zaměřené na mezinárodní politiku, bezpečnost, lidská práva a diplomatické jednání.
 - **Vědecké a akademické konference:** Soustředí se na prezentaci výzkumu a diskusi o vědeckých tématech.
 - **Obchodní konference:** Zabývají se obchodem, ekonomikou a podnikáním a slouží k navazování obchodních kontaktů, atd.
- **Podle frekvence:**
 - **Jednorázové konference:** Pořádány jednou v určitém období, například každý rok, dva roky nebo jen jednou.
 - **Pravidelné konference:** Konají se pravidelně v daném časovém intervalu, například každý měsíc, čtvrtletí nebo každý rok.
- **Podle účastníků:**
 - **Otevřené konference:** Přístupné pro širokou veřejnost a mohou se jich zúčastnit všichni zájemci.
 - **Zavřené konference:** Exkluzivní akce pro určenou skupinu účastníků nebo pozvaných hostů.
- **Podle geografického rozsahu:**
 - **Národní konference:** Pořádané v rámci jednoho státu.
 - **Mezinárodní konference:** Účastníci pocházejí z různých zemí.
- **Podle tématu:**
 - **Specializované konference:** Zaměřené na konkrétní téma, obor nebo odvětví.
 - **Univerzální konference:** Pokrývají širokou škálu témat a oborů.

ZAHRANIČNÍ NÁVŠTĚVY STÁTNÍCH PŘEDSTAVITELŮ

Zahraniční návštěvy státních představitelů jsou důležitou součástí diplomatických vztahů mezi zeměmi. Tyto návštěvy mohou zahrnovat jednání s představiteli jiných zemí, jednání o obchodních dohodách, společných strategických zájmech, mezinárodní spolupráci a mnoho dalšího. Během těchto návštěv se často projednávají i aktuální mezinárodní otázky a problémy.

Návštěvy můžeme dělit podle několika hledisek (Němčanský, 2009):

- Jedním je funkce, kterou má představitel jednoho státu ve druhém státě.
- Druhým je, zda jde o návštěvu oficiální nebo soukromou, pracovní či zdvořilostní.

**Zahraniční
návštěvy**

Podle Gullové (2011) v uplynulých desetiletích výrazně vzrostl počet návštěv státních představitelů v zahraničí, přičemž takové návštěvy mají vedle věcné náplně i své protokolární hledisko. Oficiální návštěvy se týkají určitého okruhu osob, resp. osob zastávajících oficiální funkce a které patří k mezinárodně právně chráněným osobám. Je to hlava státu (nejvyšší typ vrcholové návštěvy), předseda vlády, obvykle ministr zahraničí, případně další členové vlády. Do tohoto okruhu patří dále předseda zákonodárného sboru, případně i delegace členů zákonodárného sboru.

Oficiální návštěvy vedoucích představitelů tzv. vrcholové návštěvy jednoho státu ve druhém se podle Gullové (2013) uskutečňují na základě písemného pozvání přijímajícího státu. Jde o osobní dopis, který zasílá osoba hostitele diplomatickou cestou. Jde o zdvořilostní dopis, ve kterém se zdůrazňuje, že návštěva jistě přispěje k rozvoji dalších vztahů mezi oběma zeměmi, přispěje k lepšímu poznání země a lidu hostitele. Ve zvacím dopise není stanovený termín, uvádí se, že návštěva se uskuteční v době, která bude hostovi co nejlépe vyhovovat.

V souvislosti s oficiálními návštěvami je při jejich organizaci nutné dbát např. na (Gullová, 2013):

- **Přípravu návštěvy** - Zahraniční návštěvy jsou pečlivě připravovány. Oba státy si předem stanoví cíle návštěvy a obsah jednání. Dohodnou se na programu, který zahrnuje setkání s významnými politickými představiteli, ekonomickými partnery a kulturními institucemi.
- **Diplomatický protokol** - Diplomatický protokol hraje klíčovou roli při uspořádání zahraniční návštěvy. Jedná se o soubor pravidel a tradic, které určují, jak se státní představitelé chovají během návštěvy. Patří sem například pozdravy, stolování, řazení se do protokolárního pořadí, a další formálnosti.

- **Bezpečnostní opatření** - Bezpečnostní aspekty jsou prioritou během zahraniční návštěvy. Zabezpečení státního představitele a jeho delegace je zajištěno ve spolupráci s místními bezpečnostními orgány. To zahrnuje kontroly na letišti, uzavěrky silnic, a monitorování veřejných shromáždění.
- **Symboliku a ceremonii** - Zahraniční návštěvy často obsahují symbolické akce a ceremonie, které mají posílit vztahy mezi zeměmi. To může zahrnovat položení věnců k památníkům, společné prohlídky historických míst, nebo udělení vyznamenání.
- **Diplomatická jednání** - Hlavním účelem zahraniční návštěvy je diplomatické jednání. Státní představitelé se setkávají se svými protějšky a projednávají aktuální otázky a společné zájmy. Výsledkem těchto jednání mohou být podepsané dohody a memorandum o spolupráci.
- **Mediální pokrytí** - Zahraniční návštěvy jsou často medializované události. Tiskové konference, rozhovory a oficiální prohlášení jsou důležitými prostředky, jak sdělit veřejnosti výsledky jednání a posílit obraz země v mezinárodním kontextu.
- **Kulturní výměnu** - Kromě politických jednání zahrnují státní návštěvy také kulturní výměnu. To může zahrnovat umělecká představení, výstavy, ochutnávky tradiční kuchyně a další události, které přispívají k porozumění a spolupráci mezi kulturami.

NAVŠTÍVENKY A JEJICH POUŽITÍ V DIPLOMATICKÉ A OBCHODNÍ PRAXI

Vizitka

Vizitka je malý kus papíru nebo jiného materiálu, obvykle o rozměrech podobných kreditní kartě, který obsahuje informace o osobě, firmě nebo organizaci. Slouží jako způsob kontaktu a prezentace. Na vizitce můžete najít jméno, titul, kontakt na osobu (telefonní číslo, e-mailovou adresu), jméno firmy, adresa firmy a další relevantní informace. Vizitky se běžně používají při osobních setkáních, obchodních jednáních a síťování. Jsou distribuovány potenciálním obchodním partnerům, klientům a kolegům.

Navštívenka

Navštívenka je také malý kus papíru, ale má odlišný účel a použití než vizitka. Používá se jako způsob pozdravu nebo informování o návštěvě. Na navštívence může být krátká zpráva, pozdrav.

K ZAPAMATOVÁNÍ ROZDÍL MEZI VIZITKOU A NAVŠTÍVENKOU



Základní rozdíl spočívá v tom, že **vizitka** je primárně určena k prezentaci a sdílení kontaktů, zatímco **navštívenka** slouží k oznámení návštěvy nebo k zanechání krátké zprávy. Oba tyto kusy papíru jsou běžně používány v profesionálním a osobním kontextu pro usnadnění komunikace a kontaktu s ostatními lidmi.

Vizitky můžeme rozdělit na (Gullová, 2013, s. 206):

- osobní (soukromé) - vizitka poskytuje nejzákladnější údaje o osobě, tj. její jméno a příjmení.
- firemní, podnikové - tento druh vizitek představuje dotyčnou osobu jako zaměstnance nebo představitele určité firmy či instituce.
- vizitky pro účely diplomatické a některé další - služební vizitky diplomatických pracovníků jsou vždy bílé a obsahují pouze jméno a funkci diplomata a označení úřadu (v některých zemích i státní znak), bez akademických titulů a bez dalších informací.

Podle druhu se liší i obsah vizitek. Všechny ale plní stejnou funkci, funkci informační (či spíše identifikační), kdy jedna osoba informuje druhou o svém jméně a o některých dalších okolnostech bezprostředně s ní souvisejících. Na rozdíl od evropských zemí (včetně ČR) je ve většině asijských zemí a na celém americkém kontinentu dnes úplnou samozřejmostí mít vždy při sobě vizitky a používat je při různých příležitostech (Gullová, 2013, s. 206).

DIPLOMATICKÁ KORESPONDENCE

Diplomatická korespondence

Diplomatická korespondence je forma komunikace mezi diplomatickými misemi, mezinárodními organizacemi a vládami různých zemí. Tato forma komunikace má specifické zásady a formální strukturu, která je navržena tak, aby umožňovala efektivní a bezpečnou výměnu informací mezi státy a mezinárodními subjekty.

Podle Gullové (2013, s. 302 - 303) **diplomatická korespondence** existovala v některých vyspělejších civilizacích ještě před naším letopočtem. Dnes v době počítačů platí, že pouze včasná, přesná a pravdivá informace umožní rychlé a správné rozhodnutí. Okamžitě předané informace o důležitých politických, hospodářských, finančních, vojenských, bezpečnostních apod. problémech a změnách v jednotlivých teritoriích patří k těm nejcennějším.

K písemným materiálům řadí Gullová (2013) jak zprávy, informace, tak i jiné písemnosti. Vedle toho zde se řadí také instrukce různého charakteru, pokyny a informace z ústředí, které jsou dále zasílány na zastupitelské úřady v zahraničí. To vše se zasílá jak formou šifrované, tak i nešifrované zprávy (in claris), a to ve formě CD, telegramu, faxu, SMS či e-mailu.

Jednotlivé druhy diplomatické korespondence můžeme zasílat (Gullová, 2013):

- Hlavě státu:

- pověřovací a odvolací listiny (hlava státu jmenuje velvyslance nebo vyslance u druhé hlavy státu a odvolává velvyslance nebo vyslance), opětovné pověřovací listiny, pověřovací listiny se zvláštním posláním,
- dopis, poselství, deklarace a telegramy,
- Předsedovi vlády nebo členu vlády:
 - dopisy, poselství (např. jedné hlavy státu hlavě druhého státu), telegramy
- Ministrovi zahraničí:
 - kabinetní list (představení chargé d'affaires),
 - konzulský patent (pověření výkonem konzulárních funkcí),
 - telegramy,
- Zastupitelskému úřadu, ministerstvu zahraničí:
 - korespondence se zastupitelskými úřady se uskutečňuje ve formě tzv. nót, které jsou nejčastějším druhem diplomatické korespondence.

K ZAPAMATOVÁNÍ DIPLOMATICKÁ KORESPONDENCE



Diplomatická korespondence zahrnuje různé druhy dokumentů, které se používají při komunikaci mezi státy, diplomatickými misemi a mezinárodními organizacemi. Každý z těchto druhů diplomatických dokumentů má svůj specifický účel a formát. Následují některé z hlavních druhů diplomatické korespondence: (Lišková, 2009)

- **Diplomatická nóta** je písemnost používaná v diplomatickém styku. Diplomatická nota je základním komunikačním nástrojem v diplomacii. Jedná se o formální písemný dokument, který je používán k vyjádření oficiálních stanovisek, protestů, žádostí nebo návrhů mezi státy. Může mít různé formy, včetně protestních not, poznámek o přijetí a jiných.
- **Memorandum** je písemnost používaná v mezinárodním styku. Memorandum je dokument, který slouží k výměně informací nebo návrhů mezi diplomatickými misemi nebo vládami. Obvykle má formální strukturu a obsahuje analýzy, doporučení a návrhy politik. Na rozdíl od nóty nemá tzv. petit (konkrétní formulaci požadavku).
- **Depeše** je rychlý způsob komunikace mezi diplomatickými misemi a hlavním městem státu. Jedná se o krátký, rychlý a formální dokument sloužící k rychlému šíření důležitých zpráv a informací.
- **Prohlášení** jsou oficiální dokumenty, které vyjadřují oficiální postoj nebo stanovisko státu nebo mezinárodní organizace k určitému tématu nebo události. Mohou být použity k vyjádření podpory, nesouhlasu nebo odsouzení.

- **Aidé-mémoire** je stručný záznam ústního jednání v diplomatickém styku. Je méně formální než diplomatická nóta, není adresován, nepodepisuje se, ani neoznačuje otiskem razítka.

K dalším písemnostem, které se využívají v diplomatické korespondenci, můžeme zařadit následující (Gullová, 2011, s. 221):

- **Bout de papier** - je termín, který byl historicky používán v kontextu diplomatické korespondence k označení krátkých, často neformálních poznámek nebo zpráv napsaných na malých kusech papíru. Tyto "bout de papier" byly často využívány diplomaty k rychlé výměně informací nebo názorů, a to i přesto, že formální diplomatická korespondence měla svá pevná pravidla a protokoly.
- **Non-paper** - není považován za oficiální stanovisko nebo dokument, ale spíše za informační nebo konzultační materiál, který slouží k diskusi a vyjádření názorů, aniž by byl vázán oficiálními závazky.
- Kolektivní, identickou a cirkulární nótu, dále pak také protestní a ultimativní nótu atd.



PŘÍPADOVÁ STUDIE

Problematika diplomatického protokolu na mezinárodní konferenci

Popis situace:

Na mezinárodní konferenci o globálním oteplování se sešlo více než 100 států, aby diskutovalo o opatřeních k omezování klimatických změn. Konference se koná v hlavním městě hostitelské země, která je známa svým důrazem na diplomatický protokol.

Problém:

Jedním z hlavních problémů, se kterými se setkali účastníci konference, bylo správné dodržování diplomatického protokolu. V průběhu různých jednání, tiskových konferencí a večírků se objevila řada situací, které mohly ohrozit dobré diplomatické vztahy mezi státy.

- **Situace 1:** Během slavnostního večírku na počest konference jeden z delegátů veřejně kritizoval jiný stát za jeho nedostatečná opatření v oblasti ochrany životního prostředí. Tato kritika byla vyslovena bez předchozího upozornění a byla vnímána jako urážlivá.

- **Situace 2:** Během jednání na téma snižování emisí CO₂ jeden z účastníků konference opustil jednací místnost během projevu jiného delegáta. Tato nevhodnost byla vnímána jako nepřátelský krok.

Návrh řešení:

Jakým způsobem by měla hostitelská země a organizátoři konference reagovat na situaci popsané výše?

Jaký je správný postup pro řešení takovýchto protokolárních incidentů?

Jak zajistit, aby diplomatický protokol byl v budoucnu lépe dodržován a aby se předešlo dalším konfliktům?

Jaké jsou důsledky porušení diplomatického protokolu na mezinárodní konferenci pro diplomatické vztahy mezi státy?

OTÁZKY



1. Je diplomacie chápána jako souhrn nástrojů zahraniční politiky státu k prosazování jeho zájmu především v zahraničí?
2. Je diplomatický protokol stejný ve všech státech světa?
3. Je diplomatický protokol určený pouze pro komunikaci mezi vládami?
4. Může diplomatický protokol mít vliv na diplomatické vztahy mezi státy?
5. Může být diplomatická korespondence použita k oficiální komunikaci mezi státy?

ODPOVĚDI



1. ano., 2. ne, 3. ne, 4. ano, 5. ano.

SHRNUTÍ KAPITOLY



Diplomacie má dlouhou historii, ale moderní diplomatické postupy začaly v 18. století. Je klíčová pro státy, které navazují kontakty s jinými státy a jednají s jejich představiteli. Diplomacie zahrnuje všechny nástroje zahraniční politiky, které stát využívá k prosazení svých zájmů ve světě. Můžeme ji také definovat jako správu vztahů mezi zeměmi a organizacemi. Důležitým konceptem v diplomatickém protokolu je diplomatická mise, což je působení zahraničního orgánu státu na mezinárodní scéně. V české diplomatické službě je

velvyslanec nejvyšší hodností a attaché nejnižší. Diplomatický protokol usnadňuje komunikaci mezi státy na různých úrovních a státními orgány, které se zabývají mezinárodními vztahy, lze rozdělit na vnitrostátní a zahraniční.

Obchodně-ekonomické vztahy se neustále posilují, což vede ke vzájemnému prohlubování kontaktů a zvyšuje se význam diplomacie. Diplomacie je často spojována s konferenční diplomacií, což je mladší část diplomatických aktivit. Mezinárodní konference a jiné akce na vládní nebo nevládní úrovni mají své specifické odlišnosti a vyžadují dodržování společenských pravidel. Zahraniční návštěvy lze rozdělit podle několika hledisek, jako je například funkce představitele jednoho státu ve druhém státě, oficiální nebo soukromý charakter návštěvy apod. Kromě toho může soukromá návštěva být doprovázena vědomím úřadu hostitelské země. Diplomatická korespondence, existující už v některých vyspělých civilizacích před naším letopočtem, zahrnuje písemnosti používané mezi diplomatickými misemi a ministerstvem zahraničních věcí. K diplomatické korespondenci patří také diplomatické nóty, memorandum a aidé-mémoire apod.

LITERATURA

- [1] BRAIN TOOLS GROUP s.r.o., 2017. *8 aspektů neverbální komunikace*. [online] [vid. 7. 4. 2017]. Dostupné z <http://www.braintools.cz/8-aspektu-verbalni-komunikace.htm#Ub8tRL078Zk>
- [2] BRODSKÝ, J., 2017. *Business etiketa nejen pro manažery*. Praha: Ústav práva a právní vědy, o.p.s. a European Business School SE. ISBN 978-80-87974-09-4.
- [3] BRODSKÝ, J., 2018. *Time management*. [online] [vid. 25. 2. 2018]. Dostupné z <http://www.ustavprava.cz/cz/sekce/time-management-750/>
- [4] BUCHTOVÁ, B. a V. KULHAVÝ, 2006. *Psychologie v obchodní činnosti firmy*. Brno: ESF MU. ISBN 80-210-4061-0.
- [5] BUREŠOVÁ, P., 2010. *Banketní a cateringové služby*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8. ISBN 978-80-87411-11-7
- [6] BUSINESSINFO.CZ, 2023. *Etika obchodního jednání ve vybraných zemích*. [online] 2023 [cit. 2023-09-28]. Dostupné z: <https://www.businessinfo.cz/zahranici/?q=obchodn%C3%AD+jedn%C3%A1n%C3%AD&pg=1>
- [7] CESTOVÁNÍ. EU, 2018. *V dopravních prostředcích*. [online] [vid. 12. 2. 2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/v-dopravnich-prostredcich/c59>
- [8] DATABAZEKNIH.CZ, 2018. *Dobromil Ječný – životopis*. [online] [vid. 9. 2. 2018]. Dostupné z <http://www.databazeknih.cz/zivotopis/dobromil-jecny-21822>
- [9] DATABAZEKNIH.CZ, 2018. *Ladislav Špaček*. [online] [vid. 9.2.2018]. Dostupné z <https://www.databazeknih.cz/zivotopis/ladislav-spacek-1697>
- [10] Do své osobní zóny nepustíme každého. [online] [vid. 17. 6. 2013]. Dostupné z <http://jiho.ceskakariera.cz/clanky/?clanek=50>
- [11] DYTRT, Z. a kol., 2006. *Etika v podnikatelském prostředí*. Praha: Grada. ISBN 80-247-1589-9.
- [12] EHC.CZ/PRO-MEDIA, 2018. *Vzory českých osobností Eliška Hašková Coolidge*. [online] [vid. 9.3.2018]. Dostupné z <http://kdotobyl.blogspot.cz/2012/04/vzory-ceskych-osobnosti-eliska-haskova.html>
- [13] ELIŠKA HAŠKOVÁ COOLIDGE, 2015. *Bibliografie*. [online] [vid. 7. 4. 2018]. Dostupné z <http://www.ehc.cz/biografie/>
- [14] FERGUSON, N., 2014. *Civilizace: Západ a zbytek světa*. Přeložil Emanuel Geissler. 1. vydání. Praha: Argo. ISBN 978-80-257-1114-9.
- [15] FIALA, B., 2006. *Podnikatelská etika*. Karviná: SU OPF. Bez ISBN.
- [16] FORMÁČKOVÁ, M., 2016. *Nauka o společenském chování*. 2. vyd. Euroinstitut.eu spol. s. r. o. [online] 2018 [cit. 2018-03-04]. Dostupné z: https://issuu.com/euroinstitut/docs/chov_n_4. ISBN 978-80-87372-53-1.
- [17] GULLOVÁ, S., 2011. *Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol*. 2., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s. ISBN 978-80-247-3777-5.
- [18] GULLOVÁ, S., 2012. *Prozradíme základní manažerské přešlapy*. [online] [vid. 11. 2. 2018]. Dostupné z <https://byznys.ihned.cz/lide-a-personalni-rizeni-manazerske-dovednosti/c1-57137360-co-se-nenosi-pri-obchodnim-jednani-at-uz-doma-ci-v-zahranici-prozradime-zakladni-manazerske-preslapy>

- [19] GULLOVÁ, S., 2013. *Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol*. 3., dopl. a přeprac. vyd. Praha: Grada Publishing, a. s. ISBN 978-80-247-4418-6.
- [20] HARTMANOVÁ, J., 2017. *Dress code: nutnost nebo přežitek?* [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://forum24.cz/lifestyle/2017/01/11/dress-code-nutnost-nebo-prezitek/#1>
- [21] HEBNAR, J., 2020. *Češi a cizinci: jak myslí, řídí a pracují*. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-271-1877-9.
- [22] HOLMEROVÁ, I., 2014. *Minimum akademického bontonu. aneb Jak neuklouznout nejen na akademické půdě*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-5427-7.
- [23] HOVORKOVÁ, K., 2012. *Malý kurz etikety: jak se chovat, když máte v práci multikulturní tým*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z https://finance.idnes.cz/pravidla-chovani-v-mezinarodnim-tymu-dw5-/podnikani.aspx?c=A120515_1778110_podnikani_bab
- [24] HUBINGER, V., 2006. *Encyklopedie diplomacie*. Libri. ISBN 80-7277-296-1.
- [25] CHOVÁNÍ.EU, 2016. *Údaje na pozvánce*. [online] 2018 [cit. 2018-02-27]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/udaje-na-pozvance/c287>
- [26] CHOVÁNÍ.EU, 2017. *Společenské podniky*. [online] 2018 [cit. 2018-02-27]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/spolecenske-podniky/m159>
- [27] CHOVANI.EU, 2018. *Etiketa a její historie*. [online] [vid. 10. 2. 2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/etiketa-a-jeji-historie/c57>
- [28] CHOVÁNÍ.EU, 2018. *Formální oblečení – Dress code*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/formalni-obleceni-dress-code/c799>
- [29] CHOVÁNÍ.EU, 2018. *Jak se mám správně chovat k podřízeným a ke kolegům*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/jak-se-mam-spravne-chovat-k-podrizenym-a-ke-kolegum/c954>
- [30] CHOVANI.EU, 2018. *Muži a sukně*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/muzi-a-sukne/c795>
- [31] CHOVANI.EU, 2018. *Plánování času*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/planovani-casu/c383>
- [32] CHOVANI.EU, 2018. *Teambuilding*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/teambuilding/c397>
- [33] CHOVANI.EU, 2018. *Úvod do timemanagementu*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/uvod-do-timemanagementu/c382>
- [34] CHOVÁNÍ.EU, 2018. *Ve společnosti*. [online] 2018 [cit. 2018-02-07]. Dostupné z: <http://www.chovani.eu/kultura/m160>
- [35] CHOVÁNÍEU.CZ, 2018. *Co zařídit před odjezdem na dovolenou*. [online] [vid. 12.2.2018]. Dostupné z <http://www.chovani.eu/co-zaridit-pred-odjezdem-na-dovolenou/c890>
- [36] IDNES.CZ, 2002. *I firemní večírek má svá pravidla etikety*. [online] 2018 [cit. 2018-02-14]. Dostupné z: <https://finance.idnes.cz/i-firemni-vecirek-ma-sva-pravidla-etikety-fph-/podnikani.aspx?c=2002M295Z01A>
- [37] IDNES.CZ, 2007. *Obchodní jednání jako hra: naučte se vyhrávat*. [online] 2018 [cit. 2018-02-14]. Dostupné z: https://finance.idnes.cz/obchodni-jednani-jako-hra-naucte-se-vyhravat-fmf-/viteze.aspx?c=A070309_132353_fi_osobni_vra

- [38] IDNES.CZ, 2018. *Co pomáhá firmě k úspěchu? Rozmanitost pracovního kolektivu.* [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z https://finance.idnes.cz/smiseny-pracovni-kolektiv-pracuje-lepe-fcl-/podnikani.aspx?c=A120515_1778109_podnikani_babk.pdf
- [39] IPODNIKATEL.CZ, 2011. *Společenské události – příležitost pro navázání obchodních kontaktů.* [online] 2018 [cit. 2018-02-27]. Dostupné z: <http://www.ipodnikatel.cz/Obchodni-jednani/spolecenske-udalosti-prilezitost-pro-navazani-obchodnich-kontaktu.html>
- [40] KACHLÍK, A., 2000. Svátky a dny pracovního volny v roce 2000. *Obchod-Kontakt-Marketing*, 3/2000.
- [41] KAJZAR, P., 2013. *Společenský protokol.* Karviná: SU OPF.
- [42] KALOUS, L., 2017. *Běžecská etiketa. Nebuďte jako stádo, hlavní je zdravý rozum.* [online] [vid. 12.2.2018]. Dostupné z <https://www.sport.cz/behani/ladime/clanek/752372-bezecka-etiketa-nebudte-jako-stado-hlavni-je-zdravy-rozum.html>
- [43] KFL.FP.TUL.CZ, 2013. *Základy společenského chování – základní pojmy.* [online] [vid. 10. 6. 2013]. Dostupné z <http://kfl.fp.tul.cz/cs/oddeleni-spv?task=callelement&format>
- [44] KLEMENT, J., 2014. *Pravidla pro jednoduchý, ale účinný time management.* [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <https://lektor-konzultant-kouc-poradce.webnode.cz/news/pravidla-pro-jednoduchy-ale-ucinny-time-management/>
- [45] KOTRUSOVÁ, M., 2018. *SP v perspektivě životního cyklu. Jednotlivec na trhu práce. Přejít ze školy do zaměstnání. Přejít mezi zaměstnaností a nezaměstnaností.* [online] [vid. 20.2.2018]. Dostupné z <http://samba.fsv.cuni.cz/~dobik0as/Soci%C3%A1ln%C3%AD%20politika%20v%20C5%BEivotn%C3%ADm%20cyklu/P%20C5%99edn%C3%A1%C5%A1ka%2020P%20C5%99echod%20na%20trh%20pr%C3%A1ce.pdf>
- [46] KOUDELKA, Z., 2009. Prezident a mezinárodní smlouvy. In *Právník*. Praha: Ústav státu a práva AV ČR, s. 929-939. ISSN 0231-6625.
- [47] KOWALIKOVÁ, P., 2012. *Základy společenského chování. Studijní opora.* Ostrava: VŠB-TU. ISBN 978-80-248-2930-2.
- [48] KRÁLOVÉHRADECKÝ KRAJ, 2017. *Minimum ze společenského styku a diplomatického protokolu.* [online] [vid. 7. 4. 2017]. Dostupné z http://www.kr-kralovehradecky.cz/assets/files/2990/minimum_spol_styk.pdf
- [49] KUBÍČKOVÁ, M. B., 2017. *Chování a jednání úředníka ve veřejné správě.* Bachelářská práce, Plzeň: Západočeská univerzita. [online] 2018 [cit. 2018-04-16]. Dostupné z: <https://dspace5.zcu.cz/bitstream/11025/28987/1/Bila%20Kubickova%202017%20-%20BP.pdf>.
- [50] KUCHYNĚ.CZ, 2010. *Ladislav Špaček: „Stolování, to je věda, naučím vás to.“* [online] 2018 [cit. 2018-02-14]. Dostupné z: <http://kuchyne.dumazahrada.cz/clanky/celebrity-v-kuchyni/ladislav-spacek-stolovani-to-je-veda-naucim-vas-to-21366.aspx.html>
- [51] LÉVY, P., 2000. *Kyberkultura: zpráva pro Radu Evropy v rámci projektu "Nové technologie: kulturní spolupráce a komunikace".* Vyd. 1. Praha: Karolinum.
- [52] LIŠKOVÁ, P., 2009. *Proces navazování diplomatických kontaktů Československa a Latinské Ameriky.* Diplomová práce. Praha: Fakulta filozofická Univerzity Karlovy v Praze. [online] [cit. 2018-04-16]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/download/120025908>.

- [53] LOOKMAGAZIN.CZ, 2013. *Rovnost nade vše*. [online] [vid. 9.6.2013]. Dostupné z <http://www.lookmagazine.eu/pod-lupou/jak-na-to/mravnost-nade-vse/>
- [54] MACHÁLKOVÁ, J., 2013. *Jak se obléct na (první) pracovní pohovor*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <https://www.jobs.cz/poradna/jak-se-oblect-na-prvni-pracovni-pohovor/>
- [55] MARSHALL, C. P., 2020. *Protocol: The Power of Diplomacy and How to Make It Work for You* Ecco. ISBN 978-0062844460.
- [56] MATHÉ, I. a L. ŠPAČEK, 2005. *Etiketa*. Praha: BB art. ISBN 80-7341-564-X.
- [57] MIKULÁŠTÍK, M., 2003. *Komunikační dovednosti v praxi*. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 80-247-0650-4.
- [58] MORAWITZOVÁ, S., 2013. *Jak si poradit s problematickými kolegy na pracovišti?* [online] [vid. 15.2.2018]. Dostupné z <https://www.superkariera.cz/poradna/prozamestnance/jak-si-poradit-s-problematickymi-kolegy-na-pracovisti.html>
- [59] MU PRÁVNICKÁ FAKULTA, 2013. *Dovednosti – etiketa*. [online] [vid. 17. 6. 2013]. Dostupné z http://dovednosti.law.muni.cz/dok/20130325-DovednostiA-praxe_text.pdf
- [60] MZV, 2017. *Konzulární služba*. [online] [vid. 2018-04-04]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/jnp/cz/cestujeme/konzularni_sluzba/index.html
- [61] MZV, 2018. *Hodnosti a funkce diplomatů*. [online] [vid. 2018-04-04]. Dostupné z: https://www.mzv.cz/jnp/cz/o_ministerstvu/organizacni_struktura/hodnosti_a_funkce_diplomatu_objasneni.html.
- [62] MZV, 2023. *Obchodní jednání ve vybraných zemích* [online] 2023 [cit. 2018-09-09]. Dostupné z: [https://www.mzv.cz/jnp/cz/vyhledavani/index\\$219343.html?text=obchodn%C3%AD%20jedn%C3%A1n%C3%AD](https://www.mzv.cz/jnp/cz/vyhledavani/index$219343.html?text=obchodn%C3%AD%20jedn%C3%A1n%C3%AD)
- [63] NAPALUBU.CZ, 2018. *Jak se chovat na palubě lodi?* [online] [vid. 12.2.2018]. Dostupné z <http://www.napalubu.cz/plavba/technika-plavby/jak-se-chovat-na-palube-lodi-1.aspx>
- [64] NÁRODNÍHO ÚSTAVU PRO VZDĚLÁVÁNÍ, 2018. *Přechod absolventů škol do praxe*. [online] [vid. 20.2.2018]. Dostupné z <http://www.nuv.cz/t/prechod-absolventu-skol-do-praxe-1>
- [65] NAVŠTÍVENKY.CZ, 2018. *Co jsou to navštívenky*. [online] [cit. 2018-04-14]. Dostupné z: <http://www.navstivenky.cz/vizitky/co-jsou-navstivenky>.
- [66] NĚMČANSKÝ, M., 2011. *Společenský, diplomatický a obchodní protokol*. SU OPF Karviná, ISBN 978-80-7248-636-6.
- [67] NOSKOVÁ, A., 2017. *Nejčastější módní chyby aneb 5 věcí, kterých si na vás každý všimne*. [online] [vid. 11.2.2018]. Dostupné z <https://www.prozeny.cz/clanek/nejcastejsi-modni-chyby-aneb-5-veci-kterych-si-na-vas-kazdy-vsime-30211>
- [68] NOVINKY.CZ, 2016. *Pravidla etikety na firemním večírku*. [online] [cit. 2018-02-14]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/vanoce/422204-pravidla-etikety-na-firem-nim-vecirku.html>
- [69] NOVOTNÝ, P. P., 2013. *Deset rad, jak uspět při prvním pracovním pohovoru*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z https://finance.idnes.cz/deset-rad-jak-usp-et-pri-prv-nim-pracovnim-pohovoru-fsn-/podnikani.aspx?c=A100826_1439360_zamestnani_bab

- [70] OD KOTVA, 2018. *Základní typy dress codu*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <https://www.od-kotva.cz/cs/clanek/rady-a-tipy-oblek-na-miru>
- [71] ONDEROVÁ, E., 2007. *Možnosti jak novou práci hledat je mnoho, podívejme se na některé z nich*. [online] [vid. 6. 7. 2013]. Dostupné z <https://www.finance.cz/zpravy/finance/116655-praci-lze-hledat-mnoha-zpusoby/>
- [72] ORIEŠKA, J., 2010. *Služby v cestovním ruchu*. 1. vyd. Praha: Idea servis. ISBN 978-80-85970-68-5.
- [73] PÁVKOVÁ, J., B. HÁJEK a KOL., 2002. *Pedagogika volného času*. Praha: Portál. ISBN 80-7178-711-6.
- [74] PAŽITNÁ, I., 2018. *8 rad, jak si najít práci*. [online] [vid. 20.2.2018]. Dostupné z <https://www.monster.cz/rady-a-tipy/clanek/8-rad-jak-si-najit-praci-na-monster-cz>
- [75] PODNIKATEL.CZ, 2007. *Rauty patří k manažerskému životu. Víte, jak se na nich chovat?* [online] [vid. 2018-02-14]. Dostupné z: <https://www.podnikatel.cz/clanky/jak-se-chovat-na-rautech/>
- [76] PODNIKATEL.CZ, 2018. *Předpis č. 262/2006 Sb. Zákoník práce*. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <https://www.podnikatel.cz/zakony/zakon-c-262-2006-sb-zakonik-prace/uplne/#p301>
- [77] POINT4ME.CZ (2017). *Jak správně předávat vizitky*. [online] [vid. 2018-03-14]. Dostupné z: <https://profi.point4me.com/jak-spravne-predavat-vizitky-mame-5-tipu>
- [78] POREBSKÁ, H., 2018. *Dress code. Víte, co na sebe?* [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z https://moravskoslezsky.denik.cz/zpravy_region/dress-code-vite-co-na-sebe-20180121.html
- [79] POTOČNÝ, M. a J. ONDŘEJ, 2011. *Mezinárodní právo veřejné*. Zvláštní část, 6. doplněné a rozšířené vydání. Praha: C.H.Beck. ISBN 978-80-7400-398-1.
- [80] PRIMAŽENY, 2018. *10 chyb v oblékání a líčení, které vás dělají starší*. [online] [vid. 11.2.2018]. Dostupné z <http://zeny.iprima.cz/moda-krasa/10-chyb-v-oblekani-liceniktere-vas-delaji-starsi>
- [81] PRODAMY.CZ, 2018. *Patnáct módních trapasů, kterým byste se měla vyvarovat*. [online] [vid. 11.2.2018]. Dostupné z <http://www.prodamy.cz/patnact-modnich-trapasu-kterym-byste-se-mela-vyvarovat.html#ixzz2XKkLuKo4>
- [82] PRŮCHA, J., 2010. *Interkulturní psychologie*. Praha: Portál s.r.o. ISBN 978-80-7367-709-1.
- [83] QUIDO.CZ, 2013. *Osobnosti*. [online] [vid. 9. června 2013]. Dostupné z <http://www.quido.cz/osobnosti/jarkovsky.html>
- [84] REIFOVÁ, S. 2010. *Profesní etika v obchodním styku*. České Budějovice: Jihočeská univerzita. [online] 2018 [cit. 2018-08-01]. Dostupné z: https://theses.cz/id/py-xihu/downloadPraceContent_adipIdno_12583.
- [85] REVIS, 2011. *7 pravidel pro účinný time management*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <http://podnikaniprozivot.cz/7-pravidel-pro-ucinny-time-management.html>
- [86] ROB, F. a V. KRŠKA, 2001. *Diplomatický protokol a protokolární praxe*. Ministerstvo obrany ČR – Agentura vojenských informací a služeb. ISBN 80-7278-133-2.
- [87] ROZHLAS.CZ, 2013. *Faux pas a déjà vu*. [online] [vid. 18.6.2013]. Dostupné z http://www.rozhlas.cz/regina/slova/_zprava/faux-pas-a-deja-vu--167846

- [88] SÁBLÍKOVÁ, T., 2014. *Odbornice na módu: 5 nejhorších chyb, kterých se dopouštějí ženy při oblékání*. [online] [vid. 11.2.2018]. Dostupné z <https://lajk.iprima.cz/extrem/odbornice-na-modu-5-nejhorsich-chyb-kterych-se-dopousteji-zeny-pri-oblekani>
- [89] SLOVNÍK CIZÍCH SLOV, 2018. *Kultura*. [online] [cit. 2018-02-15]. Dostupné z: <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/kultura>
- [90] SMEJKAL, V. a H. SCHELOVÁ BACHRACHOVÁ, 2011. *Velký lexikon společenského chování*. 5., zcela přepracované a aktualizované vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-3649-5.
- [91] SMEJKAL, V. a H., BACHRACHOVÁ, 2002. *Lexikon společenského chování*. 3. přeprac. vyd. Praha: Grada. ISBN 80-247-0209-6.
- [92] SMEJKAL, V. a H. SCHELOVÁ BACHRACHOVÁ, 2011. *Lexikon společenského chování*. Praha: Grada. ISBN 978-80-247-3649-5.
- [93] SOFTSKILLS.WZ.CZ, 2013. *Komunikační dovednosti*. [online] [vid. 17.6.2013]. Dostupné z <http://www.softskills.wz.cz/html/komunikacni.htm>
- [94] SOVOVÁ, E., 2010. *Jak se správně chovat na pracovišti a nešlapat si po kariéře?* [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z https://finance.idnes.cz/jak-se-spravne-chovat-na-pracovisti-a-neslapat-si-po-kariere-p49-/podnikani.aspx?c=A100902_1443283_firmy_rady_hru
- [95] STUDENTPOINT.CZ, 2012. *Etiketa: Co je to réveillon?* [online] 2018 [cit. 2018-02-14]. Dostupné z: <http://www.studentpoint.cz/2012/11/20/etiketa-co-je-to-reveillon/>
- [96] SUCHÁNKOVÁ, Z., 2009. *Psychologické aspekty obchodního jednání*. Bakalářská práce, Praha: Bankovní institut. [online] [cit. 2018-02-21]. Dostupné z: https://is.bivs.cz/th/9730/bivs_b/BP-_Suchankova_Zdenka.pdf
- [97] SUCHOMEL, P., 2007. *Koho si to pouštíte k tělu?* [online] [vid. 17. 6. 2013]. Dostupné z https://finance.idnes.cz/koho-si-to-poustite-k-telu-dcc-/podnikani.aspx?c=A070821_805865_zamestnani_amr
- [98] ŠPAČEK, L., 2021. *Byznys etiketa a komunikace*. Praha: Universum. ISBN 978-80-242-7366-2.
- [99] ŠPAČEK, L., 2021. *Etiketa stolování - o dobrých mravech a gastronomii*. Praha: Universum. ISBN 978-80-242-7617-5.
- [100] ŠPAČEK, L., 2019. *Moderní etiketa*. Praha: Mladá fronta. ISBN 9788020454454.
- [101] ŠPAČEK, L., 2008. *Nová velká kniha etikety*. Praha: Mladá fronta. ISBN 978-80-204-1954-5.
- [102] ŠPAČEK, L., 2007. *Velká kniha etikety*. Praha: Mladá fronta. ISBN 978-80-204-1659-9.
- [103] ŠPAČEK, L., 2010. *Malá kniha etikety pro celou rodinu*. Praha: Mladá fronta. ISBN 978-80-204-2219-4.
- [104] ŠPAČEK, L., 2010b. *Malá kniha etikety pro manažery*. Praha: Mladá fronta. ISBN 978-80-204-2252-1.
- [105] ŠPAČKOVÁ, A., 2009. *Moderní rétorika: Jak mluvit k druhým lidem, aby nám naslouchali a rozuměli*. 3. doplněné vydání. Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2965-7.

- [106] ŠRONĚK, I., 2002. *Diplomatický protokol a praktické otázky společenské etikety*. Praha: Nakladatelství Karolinum. ISBN 80-246-0247-4.
- [107] ŠŤASTNÝ, J., 2010. *Zlatá pravidla komunikace a obchodního jednání s klientem*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati. [online] 2018 [cit. 2018-02-16]. Dostupné z: http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/13372/%C5%A1%C5%A5astn%C3%BD_2010_dp.pdf?sequence=1
- [108] ŠUPOVÁ, M., 2007. *Specifické problémy etikety v hotelnictví*. Bakalářská práce, Zlín: Univerzita Tomáše Bati. [online] 2018 [cit. 2018-02-27]. Dostupné z: http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/3113/%C5%A1upov%C3%A1_2007_bp.pdf?sequence=1.
- [109] TOMIS, Z., 2015. *10 největších módních chyb mužů. Děláte je taky?* Žena aktuálně.cz. [online] [vid. 10.2.2018]. Dostupné z <https://zena.aktualne.cz/moda/10-nejvet-sich-modnich-chyb-muzu-delate-je-taky/r~i:article:762647/?redirected=1523453780>
- [110] VÁŽANSKÝ, M. 1993. *Volný čas a pedagogika zážitku*. Brno: Masarykova univerzita. ISBN 80-210-0428-2.
- [111] VESELÝ, Z., 2009. *Diplomacie v měnícím se světě*. Praha: Professional Publishing. ISBN 978-80-7431-006-5.
- [112] VICHNAROVÁ, L., 2000. *Jak si usnadnit nástup do práce po škole*. [online] [vid. 20.2.2018]. Dostupné z <https://finance.idnes.cz/jak-si-usnadnit-nastup-do-prace-po-skole-f0d-/podnikani.aspx?c=2000M213Z01C>
- [113] VŠCHT, 2018. *Time management. Jak efektivně využívat svůj čas*. [online] [vid. 25.2.2018]. Dostupné z <https://kem.vscht.cz/files/uzel/0012237/13.%20Time%20management.pdf?redirected>
- [114] VYMĚTAL, J., 2008. *Průvodce úspěšnou komunikací: Efektivní komunikace v praxi*. Praha: Grada Publishing, a.s. ISBN 978-80-247-2614-4.
- [115] WOLFFOVÁ, I., 2007. *Etiketa v zaměstnání. Udělejte dobrý dojem!* Praha: Grada Publishing. ISBN 978-80-247-2081-4. [online] [vid. 18. 6.2013]. Dostupné z <http://www.podnikavaena.cz/web/i/File/Skripta%20-%20ETIKETA.pdf>
- [116] YANG, L., 2017. *Východ vs. Západ - čím se tyto kultury liší?* [online] 2018 [cit. 2018-02-22]. Dostupné z: <http://www.asianstyle.cz/kultura/9075-vychod-vs-zapad-cim-se-tyto-kultury-lisi>
- [117] ZAMYKALOVÁ, M., 2003. *Mezinárodní obchodní jednání*. Praha: Professional Publishing. ISBN 80-86419-28-2.
- [118] ZÁSADY.CZ, 2018. *Zásady slušného chování v dopravních prostředcích*. [online] [vid. 12.2.2018]. Dostupné z <http://www.zasady.cz/zasady-slusneho-chovani-v-dopravnich-prostredcich/>
- [119] Ze školy do práce – jak na to? [online] [vid. 6. 7. 2013]. Dostupné z <http://www.pwc.com/cz/cs/kariera-absolventi/tipy-pro-vas/jak-a-kde-ziskat-informace.jhtml>

SHRNUTÍ STUDIJNÍ OPORY

První kapitola studijní opory představila vybrané základní pojmy a definice z oblasti etikety a společenského chování. Zabývala se také vývojem etikety a představila některé významné osobnosti. Studijní opora se věnovala společenské významnosti lidí a komunikaci mezi nimi. Studenti se dozvěděli, jak se správně představovat, používat vizitky a tituly.

Druhá kapitola se zaměřila na deskripci základních informací spojených s problematikou oblékání, rozčleněno bylo oblékání a specifikovány byly také jednotlivé druhy oblečení. Podrobnější byla charakteristika pánského oblečení a dámského oblečení, neopomenuli jsme ani uvedení příkladů prohrěšků v oblékání žen a mužů.

Třetí kapitola soustředila na objasnění pojmů obchodní cesta, soukromá cesta, volný čas. Studenti byli seznámeni s tím, co vyřídit a pořídit před odjezdem na dovolenou, jaké jsou možnosti trávení volného času, druhy oblečení si mohou vzít s sebou, a čeho se mají vyvarovat. Také bylo poukázáno na druhy dopravy v rámci cestování, některým prohrěškům.

Čtvrtá kapitola byla věnována zaměstnání a etiketě při hledání zaměstnání a v zaměstnání. Popsáno bylo chování a jednání v práci, včetně oblékání v zaměstnání a prohrěšků v oblékání v zaměstnání. Studenti byli seznámeni s chováním a jednáním nadřízeného pracovníka, modelem SCARF, formální a neformální komunikací se zaměstnanci. Také byl charakterizován time management, zloději času a teambuilding.























V páté kapitole byl kladen důraz na základní zásady společenského chování při návštěvě různých společenských akcí, mezi které řadíme divadlo, kino, vernisáž, koncerty, plesy, taneční zábavy, promoce, svatební hostiny. V závěru kapitoly byla rovněž popsána základní pravidla stolování, včetně zasedacího pořádku a členění stolování na rodinné a sváteční stolování.

Šestá kapitola se věnovala přípravě a průběhu obchodního jednání. Studenti se v ní dozvěděli, jak se připravit na obchodní schůzku, jak se na ní chovat a jak dojednat obchodní podmínky. Kapitola také představila základní pravidla obchodního jednání v různých kulturách.

Sedmá kapitola se věnovala společenským podnikům a příležitostem. Studenti se v ní dozvěděli, jaké společenské podniky a příležitosti existují, jak se na ně připravit a jak se na nich chovat. Kapitola také představila význam pozvání a pozvánek v oblasti společenského jednání. Studenti se také dozvěděli, jak se používají mezinárodní zkratky na vizitkách a v pozvánkách.

Osmá kapitola se věnovala problematice diplomacie a diplomatickým stykům. Studenti se v ní dozvěděli, jaké orgány státu slouží pro mezinárodní styk, jaké jsou diplomatické mise a konzuláty, a jaká jsou pravidla protokolárních akcí a diplomatické korespondence.

PŘEHLED DOSTUPNÝCH IKON

	Čas potřebný ke studiu		Cíle kapitoly
	Klíčová slova		Nezapomeňte na odpočinek
	Průvodce studiem		Průvodce textem
	Rychlý náhled		Shrnutí
	Tutoriály		Definice
	K zapamatování		Případová studie
	Řešená úloha		Věta
	Kontrolní otázka		Korespondenční úkol
	Odpovědi		Otázky
	Samostatný úkol		Další zdroje
	Pro zájemce		Úkol k zamyšlení

Pozn. Tuto část dokumentu nedoporučujeme upravovat, aby byla zachována správná funkčnost vložených maker. Tento poslední oddíl může být zamknut v MS Word 2010 prostřednictvím menu Revize/Omezit úpravy.

Takto je rovněž omezena možnost měnit například styly v dokumentu. Pro jejich úpravu nebo přidávání či odebírání je opět nutné omezení úprav zrušit. Zámek není chráněn heslem.

Název: **Společenský a diplomatický protokol**

Autor: **doc. Ing. Pavlína Pellešová, Ph.D., Ing. Patrik Kajzar, Ph.D.**

Vydavatel: Slezská univerzita v Opavě
Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné

Určeno: studentům SU OPF Karviná

Počet stran: 184

ISBN 978-80-7510-587-5

Tato publikace neprošla jazykovou úpravou.