



DOTAZNÍK KOMUNIKAČNÍHO STYLU – ASERTIVITY (LIFE)

Uživatelský manuál

07/2022

info@tcconline.cz

www.tcconline.cz

Obsah

Úvod a teoretická východiska Dotazníku	4
Charakteristika Dotazníku komunikačního stylu – asertivity	7
Popis jednotlivých dimenzí a škál	9
Umím se prosadit	9
Stojím si za svým.....	9
Pracuji se zpětnou vazbou	10
Rozvívám vztahy.....	10
Kontrolní škály	11
Možnosti využití inventáře v personální praxi	12
Administrace metody	13
Vhodné skupiny obyvatel.....	13
Jazykové mutace.....	13
Administrace Dotazníku komunikačního stylu – asertivity	14
VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU komunikačního stylu – asertivity	15
Podoba výstupní zprávy	15
Psychometrické charakteristiky Dotazníku komunikačního stylu – asertivity	20
Popis vzorku.....	20
Zpracování dat a použité metody	22
Psychometrické charakteristiky – obecné vysvětlení	22
Položková analýza	25
Reliabilita	29

Závěr a zdroje.....30

Zdroje.....30

ÚVOD A TEORETICKÁ VÝCHODISKA DOTAZNÍKU

Asertivita je téma, které je v odborné i populárně-naučné literatuře skloňováno od padesátých let minulého století, kdy A. Salter publikoval v USA první knihu o asertivním tréninku (Vybíral, 2005). Její rozvoj souvisel i s poválečným šířením masových médií, ve kterých mnoho psychologů spatřovalo rizika manipulace.

Pojem asertivita znamená „schopnost prosadit se bez zjevné agresivity založený na dostatečném sebevědomí,“ (Hartl, 1996). Jak dále uvádí Alberti & Emmons (2004, str. 45), „asertivní chování podporuje rovnost v mezilidských vztazích, umožňuje nám jednat v našem nejlepším zájmu, stát si za svým bez nepatřičné úzkosti, vyjadřovat své skutečné pocity, aniž bychom se cítili stísněně, a jít si za svými právy, aniž bychom narušovali práva jiných.“

Podstatou asertivity je věcný komunikační styl, pomocí kterého dokáže jedinec čelit kritice, manipulaci a agresi. Asertivní trénink se zabývá tím, jak se správně vyjadřovat, prosadit a bránit. Určen je pro dvě základní skupiny lidí; plaché a neprůbojné jedince, kteří mají sklon být zaskočeni protistranou a nedokáží prosadit svůj vlastní názor, stahují se a vyklízí pole, prožívají trému a nevěří si a přespříliš agresivní jedince, kteří se projevují cholericky, podrážděně a přehnaně reagují na jakoukoli kritiku, mají tendenci druhým oplácet a eskalovat napětí, čímž své komunikační partnery často odradí.

Zde je třeba také uvést rozdíl mezi asertivním a agresivním chováním. K tomu si dopomůžeme tabulkou shrnující pocity mluvčího a posluchače při využití neasertivního, asertivního a agresivního stylu převzatou z Alberti & Emmonsové (2004, str. 48):

Neasertivní chování	Agresivní chování	Asertivní chování
mluvčí		
sebezapření	zvyšuje svou cenu na úkor druhého	zvyšuje svou hodnotu
nesmělý	výrazný	jasný a výrazný
zraněný, vystrašený	rozhoduje za druhé	má ze sebe dobrý pocit
nechává volbu na jiných	dosáhne požadovaného cíle na úkor druhého	rozhoduje sám za sebe
nedosáhne požadovaného cíle		možná dosáhne požadovaného cíle
posluchač		
provinilý nebo rozzlobený	sebezapření	zvýšil svou hodnotu
podceněný	zraněný, defenzivní, ponížený	výrazný
dosáhl požadovaných cílů na úkor jiných	nedosáhl požadovaných cílů	možná dosáhne požadovaného cíle

Jak plyne z tabulky, neasertivní jednání je provázeno negativními emocemi na straně mluvčího i posluchače, přičemž mluvčí nedosáhne svého cíle. Při agresivním chování dosáhne mluvčí cíle, ale vyvolá tím negativní emoce u protistrany. Při asertivním chování nedochází ke vzniku negativních emocí a obě strany zde mohou dosáhnout dohody.

Prakticky v každé publikaci (vědecké i populárně-naučné) se setkáváme s tzv. asertivními právy. Peneva & Mavrodiev (2013) ve svém článku shrnuli různé seznamy asertivních práv od význačných autorů. Pro naše potřeby uvedeme asertivní práva Smithe (1975), které jsou součástí mnohých odborných i populárně-naučných publikací a jejich formulace je už natolik známá, že jsou často uváděna bez citace jakožto běžná znalost (u nás např. Vybíral, 2005):

1. Právo být soudcem vlastního chování, myšlenek a emocí a přijmout zodpovědnost za jejich důsledky.
2. Právo neomlouvat se a neospravedlňovat vlastní chování.
3. Právo rozhodnout se, jestli jste zodpovědný/á za řešení problémů ostatních lidí.
4. Právo změnit názor.
5. Právo dělat chyby a být za ně zodpovědný.
6. Právo říci „Nevím“.
7. Právo být nezávislý na názoru ostatních.

8. Právo nerozhodovat se logicky.

9. Právo říct „Nerozumím tomu“.

10. Právo říct „Nezajímá mě to“.

V 80. a 90. letech se vlivem společenských podmínek (např. vzestup feministického hnutí) pojem asertivity rozšířil a stal se objektem zájmu mnohých psychologů i laiků. Byly vyvinuty asertivní tréninky pro využití ve skupinových terapiích, ale i techniky, které mohl začít používat každý ve svém běžném životě. Právě zde je počátek boomu populárně-naučných svépomocných knih o asertivitě.

S počátkem 20. století bylo téma asertivity do značné míry uzavřeno – asertivní techniky byly rozpracovány, tréninky běžely a pozornost se upnula na uplatňování asertivity ve specifických kontextech – např. ve vzdělání, managementu a oblasti lidských zdrojů. Pro tyto oblasti byly následně vyvinuty speciální metody diagnostiky a tréninku asertivity. Jednou z těchto technik je i Dotazník komunikačního stylu – asertivity.

Téma asertivity bylo také zasazeno do širšího kontextu. S tím se můžeme setkat např. v knize *The Big Book of Small Business* (Gegax & Bolsta, 2007), která měla pomoci začínajícím podnikatelům uspět na trhu. Celá jedna její část se věnuje tématu jasné komunikace, což je základním kamenem asertivního chování. Nalezneme zde kapitoly s názvy: „Naslouchejte“, „Vyjádřete se“, „Říkejte, co očekáváte“, „Řekněte si o radu“, „Zpětná vazba tváří v tvář“ a „Čelte svým chybám“.

Všechny tyto názvy kapitol jsou v úzkém vztahu k asertivitě – aktivní naslouchání, jasné sdělování svých pocitů a požadavků, schopnost dávat a přijímat zpětnou vazbu apod. Všechna tato témata jsou stále aktuální. A jsou taktéž zachyceny spolu s dalšími podstatnými aspekty asertivity v Dotazníku komunikačního stylu – asertivity.

CHARAKTERISTIKA DOTAZNÍKU KOMUNIKAČNÍHO STYLU –

ASERTIVITY

Při tvorbě Dotazníku komunikačního stylu – asertivity jsme se řídili především našimi dlouholetými zkušenostmi z oblasti psychologie práce a organizace. Právě v rámci různých pracovních skupin, týmů a při jednání s různými klienty je asertivní komunikace klíčová pro udržení zdravých vztahů v rámci i vně organizace. S komunikačními fauly se v různých prostředích setkáváme denně, stejně jako se základním nepochopením mezi lidmi, které plyne z neschopnosti sdělit své myšlenky a pocity na straně jedné a špatného porozumění či neochoty na straně druhé.

Dotazník komunikačního stylu – asertivity si tak klade za cíl být jednoduchou, kvalitní a spolehlivou metodou sloužící k náboru nových asertivních zaměstnanců, identifikace talentů či rozvoji stávajících zaměstnanců tak, aby byli schopni efektivněji komunikovat a bránit se možným manipulacím či slovním útokům.

Teoretický základ Dotazníku komunikačního stylu vychází z moderního pojetí asertivity. Jejím základním postojem je otevřené a srozumitelné jednání, spojené s respektem k druhé osobě a k sobě samému. Cílem asertivní komunikace je v první řadě prohlubování vztahů s ostatními lidmi a posilování jednání, které je v souladu s autentickými cíli a pocity jednotlivce. V druhé řadě je asertivita zaměřena na řešení problémových a náročných situací z běžného sociálního života s důrazem na posilování sebevědomí jedince.

Dotazník obsahuje 12 základních škál rozdělených do 4 oblastí odpovídajících hlavním kritériím asertivní komunikace. Vizuálním výstupem dotazníku je graf, který přehledně ukazuje dosažené hodnoty v jednotlivých škálách včetně srovnání s celopopulační normou. Každá škála je rozdělena na měření chování v neznámé společnosti, a naopak se známými lidmi. Textový výstup představuje popis významu jednotlivých škál včetně konkrétních doporučení pro rozvoj v dané oblasti.

Dotazník komunikačního stylu se hodí pro testování osob v poradenské a klinické psychologii, se zaměřením na rozvoj interpersonálních dovedností. Dále představuje nástroj pro zmapování komunikačního stylu ve vztahu k nárokům na jednotlivé pozice v oblasti pracovní psychologie a personalistiky.

Dotazník má celkem 94 položek, z toho je 10 lžiskórových, s jejichž pomocí lze odhalit případnou stylizaci respondenta. Dotazník je určen pro individuální nebo hromadnou administraci. Jeho vyplnění trvá průměrně 15 minut.

Dalších 12 položek (jedna na každou škálu) je zaměřených na mapování tendence k agresivitě.

POPIS JEDNOTLIVÝCH DIMENZÍ A ŠKÁL

Všechny níže uvedené škály jsou dělené dle vztahu k blízkým lidem a k širšímu pracovnímu okolí. Ve výstupní zprávě lze pak vysledovat, jak se jedinec chová v obou těchto kontextech.

Umím se prosadit

Dimenze měří schopnost přiměřeného sebeprosazení jak v kontextu užšího pracovního týmu či při komunikaci s blízkými lidmi, tak i v širším pracovním prostředí. Mapuje celkovou schopnost jasně komunikovat, sdělovat své požadavky a požádat o druhé o pomoc. Dotýká se i ochoty rozhodovat a nést za své rozhodnutí zodpovědnost.

Prosazuji své názory a požadavky

Tato škála měří přiměřené sebeprosazení a schopnost říci, co jedinec požaduje a očekává.

Říkám, co se mi líbí a nelíbí

Škála mapuje, zda se jedinec vyjadřuje jasně a srozumitelně a zda dokáže druhé i ocenit.

Umím požádat druhé o laskavost

Měří schopnost požádat nemanipulativním způsobem lidi ze svého okolí o laskavost.

Stojím si za svým

Tato dimenze se zaměřuje na celkovou schopnost nenechat se ovlivnit či manipulovat a schopnost slušně odmítnout požadavek protistrany. Zároveň se dotazuje na schopnost ustát slovní útok.

Nenechám se manipulovat

Věnuje se otázce, nakolik respondent rozpozná manipulaci a dokáže se jí účinně bránit.

Umím slušně odmítnout, když nechci

Tato škála se zaměřuje na schopnost slušně odmítnout druhého.

Přiměřeně si poradím s nepříjemnou agresí či útokem

Škála mapuje schopnost poradit si s náhlým útokem – neustoupit a situaci ustát, což vede k získání respektu ze strany útočníka a posílení vlastní sebedůvěry.

Pracuji se zpětnou vazbou

Tato dimenze obsahuje škály zaměřené na práci se zpětnou vazbou, a to jak na úrovni jejího poskytování, tak i přijímání. Mapuje schopnost zpětnou vazbu formulovat jasně a s konkrétním cílem s ohledem na pocity protistrany. Zároveň zjišťuje, nakolik je jedinec schopen přijmout kritiku i chválu bez negativních pocitů – hněvu, studu apod.

Umím říci kritiku

Zaměřuje se na schopnost podat kritiku jasně a srozumitelně, a přitom brát ohled na toho, komu respondent kritizuje, a zároveň směřovat kritiku tak, aby vedla k žádoucímu cíli.

Umím přirozeně pochválit

Škála měří schopnost pochválit druhé, všimnout si dobrého výkonu i drobností, což vede ke zlepšení sociálních vztahů.

Naučil jsem se přijímat kritiku i chválu

Oproti škále „Umím říci kritiku“ se tato škála zaměřuje na druhou stranu mince – nakolik je respondent schopen kritiku i chválu přijmout.

Rozvívám vztahy

Dimenze mapuje schopnost aktivně a empaticky naslouchat, ochotu a úroveň schopnosti komunikovat nejen s neznámými lidmi a navazovat tak nové vztahy a také respondentovu čitelnost v emočním projevu.

Dokážu aktivně naslouchat

Škála měří vnímavost k projevům a problémům druhých, schopnost dát při komunikaci dostatek prostoru druhé straně a rozvoj vlastní empatie.

Prohlubuji stávající, navazuji nové vztahy

Škála se zaměřuje na schopnost dát se nenuceně do konverzace se známým i cizím člověkem, rychle najít společné téma a zároveň odhadnout, zda má protistrana o komunikaci zájem.

Otevřeně projevují své pocity

Škála se zabývá čitelností jedince pro ostatní plynoucí ze schopnosti projevovat autentické pocity.

Kontrolní škály

Dotazník pracuje se dvěma kontrolními škálami. Jedna škála sleduje tendenci volit sociálně žádoucí odpovědi, tedy tzv. lžiskór. Je-li tato tendence zvýšena, jsou výstupy dotazníku méně relevantní a hrozí riziko, že respondent odpovídal tak, aby byl pozitivně vnímán.

Druhá kontrolní škála sleduje tendenci volit spíše agresivní než asertivní formu jednání, tedy tendenci prosazovat se na úkor druhých.

Výsledky obou kontrolních škál jsou uvedeny v úvodu výstupní zprávy. Na zvýšenou tendenci prosazovat se na úkor druhých rovněž upozorňuje první celkový graf Hlavní oblasti komunikace a chování.

MOŽNOSTI VYUŽITÍ INVENTÁŘE V PERSONÁLNÍ PRAXI

Asertivita je, jak již bylo zmíněno, jednou z podstatných dovedností, které jsou zapotřebí k úspěšnému fungování ve společnosti ostatních lidí. Asertivní dovednosti potřebují pracovníci napříč velkým množstvím pracovních pozic. Především se pak jedná o pozice, v nichž jsou pracovníci v pravidelném kontaktu s klienty.

Dotazník komunikačního stylu – asertivity je tedy vhodné využít pro nábor a rozvoj pracovníků v oblasti obchodu, zákaznické podpory, u manažerů i specialistů pracujících v různých týmech. Velmi užitečný může být při náboru do call-center, kde jsou kladeny velké nároky na komunikační schopnosti jednotlivce a zároveň schopnost stát si za svým a ustát různé slovní útoky a kritiku.

Při náboru můžeme s pomocí této metody rychle odhadnout, nakolik jedinec zvládne komunikaci s klientem, zda bude schopen stát si za svým a nenechá sebou manipulovat. Zároveň zjistíme, nakolik je schopen navazovat a udržovat vztahy nejen se zákazníkem, ale i s kolegy či nadřízeným. Díky kontrolní škále zaměřené na riziko agresivity pak můžeme usuzovat na možné agresivní vystupování vůči klientům a kolegům.

Metoda nalezne své využití i v případě rozvoje tam, kde shledáváme komunikační nedostatky u různých pracovníků. Může se jednat o neschopnost dotáhnout do konce akviziční rozhovor, neochotu naslouchat protistraně, která může vést k nepříjemným nedorozuměním, či naopak příliš agresivní vystupování vůči klientovi, které vede k jeho ztrátě.

ADMINISTRACE METODY

Vhodné skupiny obyvatel

Dotazník komunikačního stylu – asertivity je zamýšlen především pro užití v personalistice. Z tohoto titulu je jeho validita nejsilnější u pracující populace kolem 20–55 let věku, ale není tímto rozsahem limitována. Schopnost jednat asertivně je důležitá prakticky pro všechny lidi nezávisle na věku a pracovní pozici, jen je třeba při použití metody u jiné populace počítat s možnou nižší validitou.

Položky inventáře mají nehodnotící, neútočný a nevtíravý charakter. Inventář neobsahuje žádné položky zasahující nepřiměřeně do soukromí jedince – to se týká sexuálních preferencí, náboženství, rasových a etnických postojů apod. Inventář není určen k diagnostice duševních poruch.

Předpokladem k vyplnění inventáře je základní gramotnost (jazyková i počítačová) umožňující porozumění instrukcím a vyplnění položek inventáře. Tyto předpoklady lze v případě nutnosti naplnit, pokud má respondent osobního asistenta, který ho procesem provede. Základem k úspěšnému a validnímu vyplnění inventáře je intelektová úroveň dovolující pochopení obsahu otázek.

Inventář je uživatelský přívětivý i pro nevidomé. Barva pozadí a popředí je detekovatelná odečítači obrazovky NVDA a nejnovější verzí odečítače obrazovky Orca pro prostředí Gnome a jiná GTK prostředí v linuxu.

Jazykové mutace

Dotazník komunikačního stylu – asertivity je dostupný standardně v českém i slovenském jazyce a v angličtině včetně lokalizovaných instrukcí a výstupní zprávy. Anglické a slovenské verze dosud nemají vlastní normy a doporučujeme při interpretaci opatrnost, ačkoli v případě slovenské verze neočekáváme výrazné odchylky od české populace.

Administrace Dotazníku komunikačního stylu – asertivity

Inventář je určen pro individuální nebo hromadnou administraci. Administrace i vyhodnocení probíhají online.

Poté, co je respondentovi zaslán odkaz s přístupem k inventáři, ho již inventář sám provede celým procesem. Takto standardizovaný proces dotazování zajišťuje pro všechny probandy stejné podmínky a větší přesnost výsledků.

Na úvodní obrazovce nalezne respondent základní informace k metodě.

Pro zkvalitnění služeb a možnost pracovat se specifickými normami Vás prosíme o vyplnění následujících údajů (nepovinné), tyto údaje jsou uchovávány anonymně a není možné je spojit s jinými osobními údaji:

Věk

Pohlaví

Nejvyšší dosažené vzdělání

Pozice

Obchod

Následně respondent vyplní údaje o pohlaví, věku, vzdělání a dalších sociodemografických charakteristikách pro přesnější výsledky a výzkumné účely. Zároveň odsouhlasí zpracování výstupu.

Poté již respondent přistoupí k samotnému vyplňování. Jednotlivé položky mají následující podobu:

Vyplňování Čeština

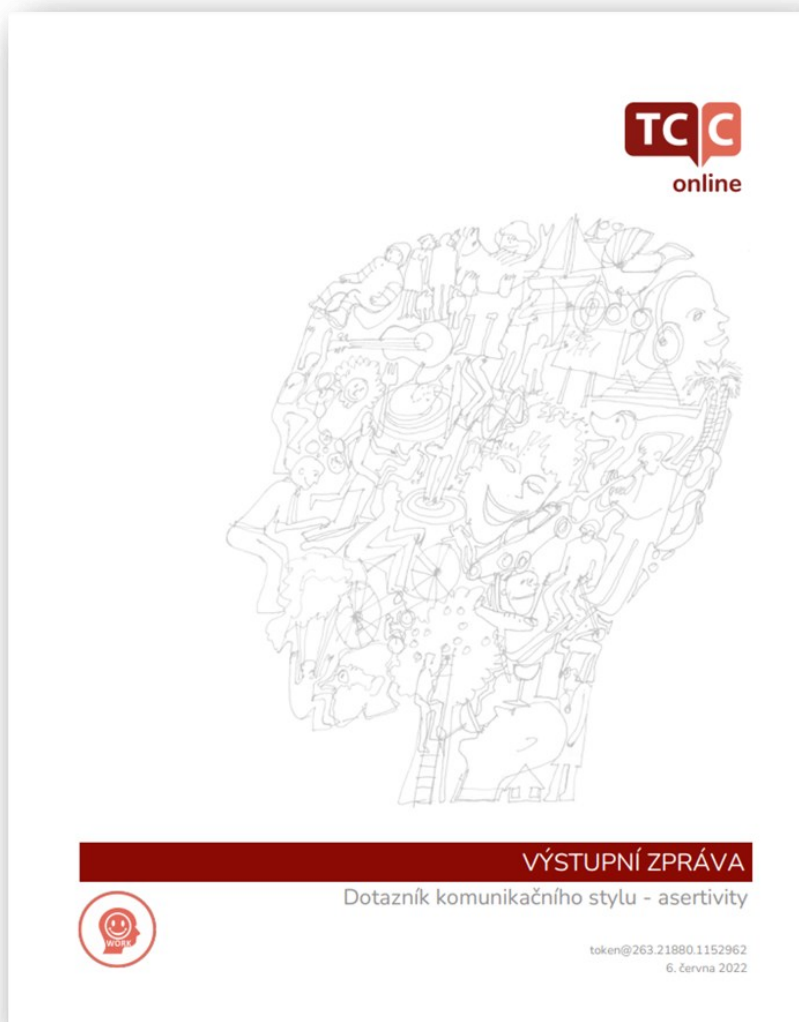
Vyplněno otázek: 0/94 Aktuální otázka: 1

Nedělá mi problém ocenit i neznámé lidi, např. lektora/lektorku školení, které se mi líbilo.

VYHODNOCENÍ DOTAZNÍKU KOMUNIKAČNÍHO STYLU – ASERTIVITY

Podoba výstupní zprávy

Po vyplnění vytvoří systém výstupní zprávu. Výstupní zpráva je složena celkem z pěti stran. Nyní si je postupně projdeme.



Úvodní strana obsahuje základní údaje testovaného: jméno, příjmení a e-mail (pokud byly uvedeny).

Dostává se Vám do rukou Dotazník komunikačního stylu – asertivity, který mapuje osobnostní tendence k řešení standardních i náročných sociálně komunikačních situací, ať už ve známém nebo neznámém prostředí. Dotazník se vztahuje ke čtyřem základním oblastem komunikace a chování: přiměřené sebeprosazování ("Umím se prosadit"), schopnost stát si za svým rozhodnutím či názorem a nenechat se manipulovat ("Stojím si za svým"), dovednost poskytovat a přijímat zpětnou vazbu ("Dokážu pracovat se zpětnou vazbou") a schopnost budovat a rozvíjet společenské vztahy ("Rozvíjím své společenské vztahy").

KONTROLNÍ ŠKÁLY

POTŘEBA USPĚT	přiměřená otevřenost odpovědí
TENDENCE K SEBEPROSAZENÍ SE NA ÚKOR DRUHÝCH	přiměřená tendence k sebeprosazení

Kontrolní škála "potřeba uspět" upozorňuje na případnou tendenci stylizovat se do sociálně žádoucích odpovědí, výsledky pak mohou být méně relevantní.

Kontrolní škála "Tendence k sebeprosazení se na úkor druhých" upozorňuje na možné riziko agresivních projevů místo asertivních. Škála je orientační - dotazník nesleduje přímo míru agrese.

CELKOVÁ MÍRA ASERTIVITY



Poznámka: Škála vyjadřuje celkovou míru asertivity v podobě percentilu, tedy ve srovnání s referenční skupinou.

Popis kontrolních škál a dosažených skóre svědčících pro případnou stylizaci a riziko agresivity.

Celková míra asertivity ve formě percentilu

HLAVNÍ OBLASTI KOMUNIKACE A CHOVÁNÍ



Grafické zobrazení jednotlivých dimenzí asertivity včetně detailnějšího rozpadu dle vztahu k blízkým /cizím lidem.

Poznámka: Graf vyjadřuje míru asertivity ve čtyřech základních oblastech v podobě percentilů, tedy ve srovnání s referenční skupinou. V rámci každé oblasti je graf složen jednak ze schopnosti uplatnit asertivní jednání ve vztahu ke svým blízkým a jednak obecně vůči okolí. Vykráčky upozorňují na oblasti, ve kterých je riziko záměny asertivního jednání za agresii, tedy prosazování se na úkor druhých. Počet vykřáčeků (jeden až tři) signalizuje míru rizika, přičemž agresivní jednání není závislé na celkové míře asertivity a může se objevovat i tam, kde je míra asertivity celkově nízká.

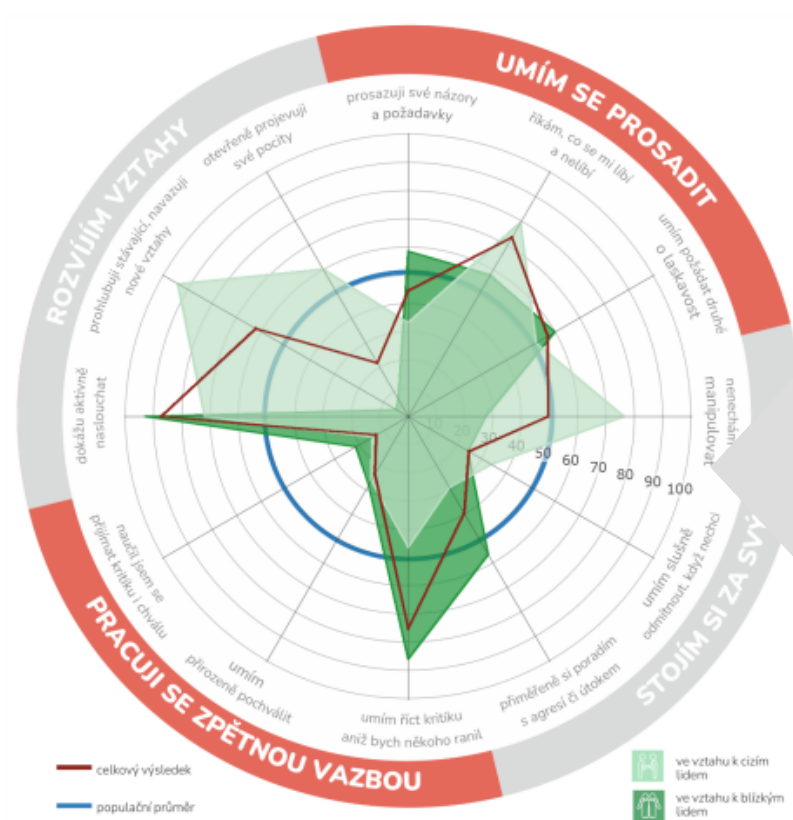
INTERPRETACE VÝSLEDKŮ V HLAVNÍCH OBLASTECH KOMUNIKACE A CHOVÁNÍ

Respondent se dokáže dobře prosazovat v jemu známém prostředí i mezi cizími lidmi. Sděluje své názory a požadavky jasně, říká co se mu líbí či nelíbí, umí přesvědčit své okolí. Pokud potřebuje s něčím pomoci, nebojí se někoho požádat o spolupráci. V pracovním prostředí či v rodině působí sebejistě. Má dobré předpoklady pro vyjednávání a logickou argumentaci. Rád rozhoduje a nebojí se za své rozhodování nést zodpovědnost.

Respondent lidi, které nezná, ale i lidi ze svého nejbližšího okolí (rodina, přátelé), nerad kritizuje. Nerad řeší nepříjemné situace. Raději je odkládá na neurčito. Zároveň může často vnímat kritiku od ostatních lidí nepřiměřeně citlivě. Má tendenci se k ní často v myšlenkách vracet a trápit se jí. Ostatními lidmi může být vnímán jako opatrný člověk, který si neumí příliš poradit např. při reklamaci v obchodě nebo v při problému v restauraci.

Popis a interpretace hlavních oblastí komunikace a chování

DÍLČÍ OBLASTI KOMUNIKACE A CHOVÁNÍ (ASERTIVITY)



Hlavní graf výstupní zprávy obsahující detailní informace o umístění jedince v dimenzích i jednotlivých škálách ve vztahu k blízkému okolí i cizím lidem.

Poznámka: Graf vyjadřuje míru asertivity v dílčích oblastech v podobě percentilů, tedy ve srovnání s referenční skupinou (populačním průměrem). V rámci každé oblasti je graf složen jednak ze schopnosti uplatnit asertivní jednání ve vztahu ke svým blízkým a jednak obecně vůči okolí.

SILNÉ STRÁNKY

Pravděpodobně umíte naslouchat ostatním lidem. Vaši blízcí se Vám rádi svěřují, vyhledávají Vás v situacích, kdy si potřebují s někým popovídat. V komunikaci jste vnímavý a dáváte prostor druhé straně. Tím rozvíjíte svou schopnost empatie a dovídáte se i informace "pod povrchem". Snažte se hlídat si své hranice. Není potřeba naslouchat každému a vždy.

Vaše názory pravděpodobně říkáte ostatním jasně a srozumitelně. Dokážete sdělovat i nepříjemné informace. Zároveň umíte druhé lidi i ocenit. Pokud se Vám něco nelíbí, nebudete se pravděpodobně zdráhat to říci nahlas. Pro ostatní jste jasně čitelný a srozumitelný ve svých postojích.

V případě potřeby dovedete sdělit jasnou a srozumitelnou kritiku. Umíte problém pojmenovat přímočaře a jednoznačně. Zároveň při tom dokážete brát ohled na druhého člověka. Kritizující sdělení umíte podat citlivě, neboť Vám záleží na tom, aby je druhá strana přijala. Zároveň svou kritikou posouváte problém k řešení.

DOPORUČENÍ

Máte tendenci vnímat kritiku osobně a citlivě. Můžete se kritikou zbytečně zatěžovat či trápit. Ve většině případů může jít o menší problém, než jak se na první pohled zdá. Zkuste se naučit vnímat kritiku věcně a neosobně. Zkusit hledat motivy a příčiny kritiky. Racionální přístup ke kritice pro Vás může znamenat úlevu a větší osobnostní rozvoj. Rovněž se naučte přijmout chválu či lichotku. Poděkování a úsměv někdy fungují i při odmítání.

Pravděpodobně lidi ve svém okolí příliš nechválíte. Můžete mít pocit, že je to zbytečné. Nebo Vás možná pochválit vůbec nenapadne např. z důvodu, že sám pochvalu nevyhledáváte. Pochvala potěší většinu lidí, motivovat k dalším aktivitám a výkonům. Všimněte si ve Vašem okolí, co můžete ocenit. Volte jednoduché a přirozené formulace. Začněte např. tím, že každý den okomentujete drobný úspěch Vašeho partnera (dobré jídlo, pěkný účes, zvládnutou práci). Prohloubíte tím Váš vzájemný vztah a navodíte příjemnou atmosféru.

Máte tendenci být zdrženlivý a na situace reagovat spíše svým vnitřním prožitkem. Pokud své emoce navenek neukazujete, ostatní lidé nemusí chápat, co právě prožíváte. To může zapříčinit určitý odstup ostatních. Naučte se své emoce pojmenovat a dávat je více najevo. Začněte např. tím, že budete nahlas sdělovat své prožitky ("Mám radost", "Štve mě"). Pustíte tím ostatní lidi blíž k sobě.

Podrobný popis silných stránek a případných doporučení k rozvoji.

PSYCHOMETRICKÉ CHARAKTERISTIKY DOTAZNÍKU

KOMUNIKAČNÍHO STYLU – ASERTIVITY

Popis vzorku

Aktuálně používané normy a dále uvedené psychometrické charakteristiky (pokud nebude uvedeno jinak) byly počítány na vzorku 1277 členů dospělé populace ČR. Všechna data byla sbírána elektronicky při administraci inventáře, popř. byla sebrána z tužka–papír formy inventáře. Inventář byl použit jak při náboru a preselekcí zaměstnanců, tak i při jejich rozvoji.

Vzorek je demograficky členěn dle pohlaví, věku, vzdělání, pozice („mám podřízené“ — „nemám podřízené“) a kontaktu s klienty („jsem v přímém kontaktu s klienty“ — „nejsem v přímém kontaktu s klienty“). Někteří respondenti své demografické a pracovní charakteristiky neuvedli.

Pohlaví		Věk	
✓ 45 % ženy	(N = 578)	✓ 27 % do 29 let	(N = 341)
✓ 39 % muži	(N = 492)	✓ 42 % 30–44 let	(N = 542)
✓ 16 % bez identifikace	(N = 207)	✓ 15 % nad 45 let	(N = 189)
		✓ 16 % bez identifikace	(N = 205)

Členění dle věku bylo stanoveno na základě diskuse s HR manažery a odborníky na vzdělávání a rozvoj. Věkové hranice odpovídají „životnímu cyklu“ zaměstnance.

Do cca 30 let jsou zaměstnanci vnímáni jako „talenti“, učící se, s potenciálem pro rychlý růst dovedností a znalostí. Druhá kategorie, tj. 30 až 45 je skupina, ve které nejčastěji probíhá kariérový růst, ukotvení dovedností a znalostí, stabilizace a dozrání, a to i v osobní rovině (většina lidí v tomto věku má již rodinu, děti, je pro ně významnější než dříve vyváženost osobního a pracovního života). Skupina nad 45 let je pak vnímána jako zkušená, zralá, těžící ze svých znalostí a praxe s potenciálem předávat je dál.

Zároveň rozdělení odpovídá věkovému rozpětí lidí, se kterými se setkáváme v rámci pracovní diagnostiky. Kategorie také respektují nejčastější dělení zaměstnanců v rámci různých firemních průzkumů.

Vzdělání		Pozice	
✓ 2 % základní	(N = 20)	✓ 24 % mám podřízené	(N = 302)
✓ 19 % střední odborné	(N = 248)	✓ 58 % nemám podřízené	(N = 738)
✓ 18 % středoškolské	(N = 227)	✓ 19 % bez identifikace	(N = 237)
✓ 41 % vysokoškolské	(N = 527)		
✓ 3 % postgraduální	(N = 41)		
✓ 17 % bez identifikace	(N = 214)		

Kontakt s klienty	
✓ 51 % jsem v přímém kontaktu s klienty	(N = 653)
✓ 29 % nejsem v přímém kontaktu s klienty	(N = 371)
✓ 20 % bez identifikace	(N = 253)

ZPRACOVÁNÍ DAT A POUŽITÉ METODY

Psychometrické charakteristiky – obecné vysvětlení

Psychometrické charakteristiky jsou rozhodující vlastností každého účinného psychodiagnostického nástroje. Kvalita psychometrie určuje kvalitu nástroje a rozlišuje odborné a fungující nástroje od nefunkčních populárních dotazníků a „testů“ zaštiťujících se neprávem pojmem psychologie či psychodiagnostika.

Fungující test, dotazník či osobnostní inventář stojí vždy na třech základních pilířích, jejichž zevrubný popis si vypůjčíme od Urbánka, Denglerové a Širůčka (2011).

Položková analýza

Účelem položkové analýzy je ověření, zda položky jsou skutečně relevantní k tomu, co se snažíme zjistit. V tomto případě jsme tedy zjišťovali, zda použité položky odpovídají svou popularitou a korelací s hrubým skórem potřebám inventáře.

Popularita. Jedná se o zjištění podílu osob, které na danou položku odpověděly kladně. Účelem tohoto indexu je zjistit, zda a nakolik daná položka má schopnost rozlišovat mezi respondenty. Pokud by všichni respondenti odpověděli na položku kladně nebo naopak záporně, pak je její přítomnost v inventáři zcela zbytečná.

Z inventáře vyřazujeme položky, které mají příliš nízkou či vysokou popularitu, protože na takové položky odpovídá převážná většina lidí stejně a nepřináší tedy v inventáři žádné nové informace. Může nabývat hodnot 0–1, dle odborného konsenzu přijatelné hodnoty leží mezi 0,1 – 0,9.

Korelace s hrubým skórem. Jedná se o vyřazení položek, u kterých nalézáme jen velmi slabý vztah s výsledky ostatních položek měřících stejný atribut.

Tímto způsobem se opět zbavíme neefektivních položek, jejichž výsledky vychází silně jinak než výsledky ostatních položek a lze tedy předpokládat, že tyto položky neměří stejný psychologický konstrukt jako zbytek položek nebo ho měří nepřesně.

Může nabývat hodnot 0–1, dle odborného konsenzu je přijatelná hodnota od 0,2 výše.

Reliabilita

Akademická definice reliability nám říká, že reliabilita je podíl variability pravých skóre k celkové variabilitě (Urbánek, Denglerová, & Širůček, 2011). Jedná se v podstatě o přesnost testu neboli míru, nakolik dává test či dotazník konzistentní výsledky. Reliabilní testy, inventáře a dotazníky dávají velmi konzistentní výsledky, protože jsou zkonstruovány tak, aby při jejich vyplňování vznikalo minimum náhodných chyb.

Cronbachovo alfa. Jedná se o statistický koeficient vyjadřující míru vnitřní konzistence testu. Vychází z předpokladu, že položky dotazníku by měly do dostatečně vysoké míry korelovat se svými faktory či s dotazníkem jako celkem. Probandi by měli mít tendenci na tyto položky odpovídat podobně. Velmi zjednodušeně řečeno nám udává, do jaké míry měří položky dotazníku stejný konstrukt.

Dle odborného konsenzu by tato hodnota měla být pro dotazník celkově 0,6 a výše, v rámci jednotlivých faktorů jsou přípustné i drobné odchylky směrem níže.

Měříme dle variance jednotlivých položek a variance celkového hrubého skóru.

Validita

Jde o širokou skupinu metrik určujících, do jaké míry test či dotazník měří konstrukt, k jehož měření byl vytvořen. Zahrnuje i metriky pro provázanost s praxí a praktickými výsledky. Zjednodušeně řečeno, do jaké míry test či dotazník měří to, co chceme, aby měřil.

Rozlišujeme několik typů validity (uvádíme nejdůležitější):

Konvergentní validita. Pokud škály našeho inventáře měří opravdu konstrukty, které chceme, aby měřily, tak by tyto škály měly dávat podobné výsledky jako obdobné škály jiných inventářů, u kterých již bylo praxí dokázáno, že daný konstrukt opravdu měří.

Měříme silou vztahu mezi výsledky našeho inventáře a výsledky inventáře, jehož validita byla již prokázána, které oba zadáme vyplnit stejné osobě. Zjednodušeně řečeno by člověku, který vyplnil jiný zavedený inventář motivace, a vyšlo mu, že je spíše zaměřen na peníze, mělo i v našem inventáři vyjít to samé.

Samozřejmě vybíráme pro porovnání inventář, který měří podobný či stejný konstrukt, který také měříme naším inventářem.

Diskriminační validita. Pokud škály našeho inventáře měří opravdu konstrukty, které chceme, aby měřily, tak by tyto škály měly dávat rozdílné výsledky oproti rozdílným škálám jiných inventářů. Měříme porovnáním výsledků našeho inventáře a výsledky jiného inventáře, které oba zadáme vyplnit stejné osobě.

Pro porovnání vytváříme inventář, který měří konstrukt, který je podobný našemu konstrukt, ale u kterého chceme prokázat rozdíl v měření, a tedy potřebu samostatného měřicího nástroje. Případně vybíráme zcela odlišný konstrukt, pokud chceme dokázat, že jsou tyto dva konstrukty na sobě nezávislé (např. osobnostní vlastnosti a schopnost abstraktního myšlení).

PSYCHOMETRICKÉ VLASTNOSTI DOTAZNÍKU KOMUNIKAČNÍHO STYLU – ASERTIVITY

Položková analýza

Popularita položek

Při všeobecně přijímaném kritériu obtížnosti položek mezi 0,1–0,9 obstály všechny položky Dotazníku komunikačního stylu – asertivity vyjma jedné sytící škálu „Nenechám se manipulovat“ v dimenzi „Stojím si za svým“. Pro konkrétní hodnoty pro všechny položky viz tabulka níže.

Umím se prosadit					
Prosazuji své názory a požadavky					
11Rp1	11Rp2	11Rn	11Vp2	11Vn	11Vp1
0,61	0,63	0,63	0,63	0,63	0,62
Říkám, co se mi líbí a nelíbí					
12Rp2	12Rn	12Rp1	12Vp1	12Vp2	12Vn
0,76	0,76	0,70	0,64	0,59	0,62
Umím požádat druhé o laskavost					
13Rp1	13Rp2	13Rn	13Vp2	13Vp1	13Vn
0,64	0,85	0,72	0,66	0,82	0,46
Stojím si za svým					
Nenechám se manipulovat					
21Rp2	21Rn	21Rp1	21Vn	21Vp2	21Vp1
0,55	0,43	0,64	0,94	0,71	0,73
Umím slušně odmítnout					
22Rn	22Rp1	22Rp2	22Vn	22Vp2	22Vp1
0,21	0,59	0,53	0,75	0,74	0,79
Přiměřeně si poradím					
23Rp1	23Rp2	23Rn	23Vn	23Vp1	23Vp2
0,81	0,64	0,77	0,65	0,60	0,66

Dokážu pracovat se zpětnou vazbou					
Umím říci kritiku					
31Rn	31Rp2	31Rp1	31Vp2	31Vp1	31Vn
0,72	0,67	0,66	0,67	0,58	0,43
Umím přirozeně pochválit					
32Rn	32Rp1	32Rp2	32Vn	32Vp2	32Vp1
0,66	0,73	0,84	0,76	0,39	0,78
Naučil jsem se přijímat kritiku i chválu					
33Rp2	33Rn	33Rp1	33Vn	33Vp2	33Vp1
0,54	0,43	0,68	0,48	0,67	0,64
Rozvívám své společenské vztahy					
Dokážu aktivně naslouchat					
41Rp1	41Rn	41Rp2	41Vn	41Vp1	41Vp2
0,63	0,75	0,76	0,77	0,79	0,76
Prohlubuji stávající / navazuji nové vztahy					
42Rp1	42Rp2	42Rn	42Vn	42Vp2	42Vp1
0,85	0,86	0,68	0,65	0,62	0,56
Otevřeně projevují své pocity					
43Rn	43Rp1	43Rp2	43Vn	43Vp1	43Vp2
0,69	0,64	0,52	0,61	0,57	0,67
Agrese					
11A	12A	13A	21A	22A	23A
0,35	0,77	0,51	0,61	0,72	0,52
31A	32A	33A	41A	42A	43A
0,38	0,54	0,40	0,30	0,68	0,45

Korelace položek s hrubými skóry faktorů

Vzhledem rozdělení tohoto inventáře na faktory, které jsou na sobě relativně nezávislé, jsme použili korelace položek s hrubými skóry jednotlivých faktorů místo celkového hrubého skóru. Všechny položky daného faktoru by s ním měly korelovat se silou 0,2 a vyšší. Níže vidíme, že v této části položkové analýzy obstály všechny položky.

Umím se prosadit					
Prosazuji své názory a požadavky					
11Rp1	11Rp2	11Rn	11Vp2	11Vn	11Vp1
0,50	0,61	0,61	0,69	0,69	0,72
Říkám, co se mi líbí a nelíbí					
12Rp2	12Rn	12Rp1	12Vp1	12Vp2	12Vn
0,41	0,60	0,71	0,69	0,69	0,68
Umím požádat druhé o laskavost					
13Rp1	13Rp2	13Rn	13Vp2	13Vp1	13Vn
0,60	0,57	0,67	0,65	0,59	0,64
Stojím si za svým					
Nenechám se manipulovat					
21Rp2	21Rn	21Rp1	21Vn	21Vp2	21Vp1
0,48	0,46	0,62	0,37	0,62	0,59
Umím slušně odmítnout					
22Rn	22Rp1	22Rp2	22Vn	22Vp2	22Vp1
0,41	0,62	0,58	0,58	0,57	0,56
Přiměřeně si poradím					
23Rp1	23Rp2	23Rn	23Vn	23Vp1	23Vp2
0,43	0,40	0,64	0,63	0,50	0,67
Dokážu pracovat se zpětnou vazbou					
Umím říci kritiku					
31Rn	31Rp2	31Rp1	31Vp2	31Vp1	31Vn
0,56	0,43	0,61	0,50	0,59	0,35
Umím přirozeně pochválit					
32Rn	32Rp1	32Rp2	32Vn	32Vp2	32Vp1
0,67	0,51	0,67	0,60	0,48	0,62
Naučil jsem se přijímat kritiku i chválu					
33Rp2	33Rn	33Rp1	33Vn	33Vp2	33Vp1
0,40	0,59	0,45	0,61	0,55	0,54

Rozvíjím své společenské vztahy					
Dokážu aktivně naslouchat					
41Rp1	41Rn	41Rp2	41Vn	41Vp1	41Vp2
0,70	0,59	0,76	0,70	0,74	0,69
Prohlubuji stávající / navazuji nové vztahy					
42Rp1	42Rp2	42Rn	42Vn	42Vp2	42Vp1
0,59	0,56	0,53	0,75	0,67	0,75
Otevřeně projevuji své pocity					
43Rn	43Rp1	43Rp2	43Vn	43Vp1	43Vp2
0,65	0,61	0,71	0,53	0,64	0,61
Agrese					
11A	12A	13A	21A	22A	23A
0,60	0,34	0,55	0,47	0,35	0,58
31A	32A	33A	41A	42A	43A
0,58	0,36	0,44	0,49	0,36	0,65

Reliabilita

Cronbachovo alfa

U inventářů by tato hodnota měla být celkově 0,6 a výše, což splňují všechny dimenze Dotazníku komunikačního stylu – asertivity.

Cronbachovo alfa zde počítáme pro jednotlivé dimenze a pro celkový hrubý skór.

Níže uvádíme hodnoty reliability pro jednotlivé dimenze.

Celková reliabilita	Umím se prosadit	Stojím si za svým	Dokážu pracovat se zpětnou vazbou	Rozvívám své společenské vztahy
0,91	0,83	0,70	0,72	0,83

ZÁVĚR A ZDROJE

Asertivita a komunikační styl jsou stále aktuální, a i v budoucnu bude jejich zjišťování a trénink důležitou součástí úspěchu především na pozicích, kde jsou pracovníci denně v kontaktu s klientem a obzvláště pak tam, kde lze očekávat náročné sociální situace.

Dotazník komunikačního stylu si klade za cíl pomoci v těchto případech při výběru a rozvoji zaměstnanců. Jedná se o metodu standardizovanou na velkém vzorku české pracující populace, její psychometrické charakteristiky jsou velmi dobré a pro maximální uživatelskou přívětivost je kompletně online s automatickým vyhodnocením, takže ji může využívat i laická veřejnost.

Přejeme Vám mnoho úspěchů a doufáme, že Vám Dotazník komunikačního stylu pomůže k tomu, abyste měli čas na to nejdůležitější – práci s lidmi!

Zdroje

Alberti, R. E., & Emmons, M. L. (2004). Umění stát si za svým. Praha: Portál.

Gegax, T., & Bolsta, P. (2007). The Big Book of Small Business: You Don't Have to Run Your Business by the Seat of Your Pants (1st Collins Ed edition). New York: HarperBusiness.

Hartl, P. (1996). Psychologický slovník (3. vyd. v ČR). Praha: Budka.

Peneva, I., & Mavrodiev, S. (2013). A Historical Approach to Assertiveness. Psychological Thought, 6(1), 3–26. <http://doi.org/10.5964/psyct.v6i1.14>

Smith, M. J. (1975). When I Say No, I Feel Guilty: How to Cope. Dial Press.

Vybíral, Z. (2005). Psychologie komunikace. Praha: Portál.