

Etika a klebety v pracovnom prostredí

Ethic and gossip at the workplace

Tat'jana Búgelová, Mária Kal'avská

Abstract

In the introduction to the studies the authors deal with history of ethics which stretches back to the period of antiquity and was translated into various religious codes. Rumors and defamations have the same great history and mostly philosophers paid attention to them and they analyzed their effects on society including working sphere. Whereas the topic of ethics is represented in researches of domestic and foreign origin relatively frequently, researches which deal with the influence of rumors as the most frequent communication phenomenon are very few and they practically do not exist in Slovakia. The study aims at the influence of rumors at working environment, their content, frequency and chosen socio – demographic characteristics. The Eysenck Personality Questionnaire for adults, Range of group atmosphere and Questionnaire of rumors created by the authors were used for this research. The results confirmed that the highest level of frequency of rumors has been observed with people with the lowest education and negative impact of rumors and their consequences on social atmosphere and relations between rumors and psychoticism and neuroticism. The influence of gender and age in connection with the occurrence of rumors was not statistically significant.

Keywords: rumors, social atmosphere, personality

Úvod

V akejkoľvek sociálnej skupine, pracovné prostredie nevynímajúc, sa medzi je členmi odohráva určitá interakcia, vytvárajú sa sociálne skupiny a sociálne siete, formuje sa sociálna atmosféra. Vzhľadom k tomu, že človek v práci strávi v priebehu svojho života neraz viac ako 40 rokov a v priebehu dňa osem a viac hodín, je sociálne prostredie pre jeho psychický život mimoriadne dôležité. Primárnym cieľom autoriek je zamerať pozornosť na nežiaduce javy v sociálnom živote ľudí na pracovisku, konkrétne na výskyt klebiet a klebetenia v súvislosti s ich dôsledkami na pracovné ovzdušie a osobnosť zamestnanca. Dá sa vo všeobecnosti povedať, že každý človek sa usiluje vytvárať si o sebe obraz, ktorý je dostatočne koherentný a pozitívny tak v jeho očiach ako aj v očiach ostatných. Klebety, ohovárania a intrigy sú však javy, ktoré túto celistvosť sebaobrazu vedia neraz veľmi bolestivo narušiť. Napriek tomuto známemu poznatku sa v sociálnej interakcii klebety vyskytujú vo viac ako dvojtretinovom množstve zo všetkých komunikačných aktov. Preto okrem naznačených cieľov autorky venujú pozornosť aj príčinám, ktoré vedú ľudí ku klebeteniu a ich rozširovaniu a tiež stratégiám ako nápor klebiet účinne zvládať.

1. Historický vstup do problematiky

Slová etika, etiketa, ba ani klebety nie sú v histórii ľudstva neznámym pojmom. Už Aristoteles vo svojom trojdielnom spise Veľká etika, Etika Nikomachova a Etika Eudémova sa veľmi dôkladne zaoberal touto filozofickou otázkou najmä v súvislosti so spravodlivosťou, spravodlivým správaním sa a konaním jednak z právneho a jednak z ľudského hľadiska. Vo svojich úvahách si neodbytné

kladie otázku, na ktorú sa usiluje aj nachádzať odpovede, či spravodlivosť ako jeden z pilierov etiky môže byť a má byť ponímaná len z hľadiska zákonného alebo aj z etického. Pre každé z týchto dvoch zásadných hľadísk nachádza racionálne zdôvodnenie. Čo však je pre dnešného čitateľa osobitne aktuálne, o etickom správaní sa, vrátane etike spravodlivosti Aristoteles poznamenáva, že etická spravodlivosť patrí do oblasti dobrého a správneho konania, ktoré človeka vedie k jeho cieľu, plnému životu ako forme šťastia. Spravodlivosť teda nie je formou rozumovej cnosti ako schopnosti správneho teoretického poznania, nie je to cnosť, ktorá sa sprostredkúva učením a skúsenosťou. Je formou povahovej cnosti, ktorá sa získava nácvikom konania a privyknutím na konanie orientované na určitý cieľ. (Etika Nikomachova, 2011)

Od čias staroveku bola etike venovaná veľká pozornosť najmä zo strany filozofov, ale tiež bola súčasťou prakticky každého náboženstva, civilného i vojenského práva. Aj keď je v súčasnosti stále jednou z domén teoretickej filozofie, postupne stále zreteľnejšie nadobúda črty aplikovanej disciplíny viažucej sa ku konaniu a správaniu sa tak v bežnom živote ako aj v pracovnom a profesionálnom svete.

Pojem **etika** sa často zamieňa s *etiketou*. Tento pojem pochádza z gréckeho slova ethos, ktoré vyjadruje povahový rys, zvyk, obyčaj, ale aj spôsob myslenia, či postoje jednotlivcov a skupín. Vajda (1995, s. 13) uvádza, že človek si vytvoril etiku ako nástroj na skúmanie toho, čo je pre neho v praktickom živote nesmierne dôležité, na skúmanie morálky. Pomerne často sa stretávame s definíciou etiky ako teóriou morálky a mravnosti, ktorá skúma vzťahy ľudí k iným ľuďom, k spoločnosti a v neposlednom rade k sebe samému. Morálku možno považovať za spoločenský jav, ktorý odráža medziľudské vzťahy a ľudskú činnosť z pohľadu dobra a zla. Mravnosť je súhrnné pomenovanie pre správanie sa a prejavy ľudí, ktoré je všeobecne uplatňované a uznávané v spoločnosti.

Zjednodušene by sme mohli etiku charakterizovať ako vedu o morálke. Etika a etické normy majú veľa spoločného s právnymi predpismi a normami. Spoločným znakom právnych a etických noriem je, že majú regulatívny vplyv na konanie a správanie sa jedinca v spoločnosti. Rozdiel tkvie v tom, že právne normy predstavujú súbor pravidiel v správaní a konaní, ktoré sú pretransformované do zákonov príslušnej krajiny a ktoré sú pre ňu a jej členov záväzné a ich porušenie je sankcionované. Etické normy môžeme tiež považovať za spoločenské regulatívy a aj za záväzné, ale ich porušovanie nemá závažnosť prisudzujúcu porušeniu zákona.

Dodržiavanie etiky a etických noriem predpokladá: akceptovať občiansku rovnosť, akceptovať dôstojnosť každého človeka, akceptovať a osvojiť si etické normy daného spoločenstva do tej miery, že ich jedinec zakomponuje do svojho osobného hodnotového systému a uvedomiť si, že dodržiavanie všeobecných etických noriem nie je kontrolované nejakou konkrétnou inštitúciou, ale kontrolórom ich dodržiavania je spoločenská, verejná mienka.

Etické normy daného spoločenstva sa v rámci jednotlivých organizácií premietajú do etických kódexov, t. j. pravidiel, predpisov a odporúčaní, ktoré sa detailne upravujú v závislosti na špecifikách konkrétnej organizácie a organizácia sa usiluje o to, aby si každý člen tieto pravidlá osvojil a dodržiaval.

Jedným z mnohých nešvárov, ktoré súvisia s frapantným porušovaním etických pravidiel v bežnom, ale aj v pracovnom prostredí sú **klebety**. Slovom klebety najčastejšie rozumieme ohováranie, zveličovanie, obvykle v negatívnom smere o osobe, ktorá nie je prítomná a prebieha obvykle pri neformálnych rozhovoroch. Klebetenie patrí podľa mnohých viac či menej seriózných výskumov k prevažnej časti rozhovorov, údajne viac ako dve tretiny všetkých komunikačných aktov sa viaže ku klebetám. Majú klebety ako špecifický komunikačný akt tiež svoju históriu? Marcus Tullius Cicero pred viac ako 2100 rokmi vyslovil: *Nič nie je také rýchle ako klebeta; nič ľahšie nevznikne, nič sa rýchlejšie neujme a nič sa viac nerozšíri*. Aj z tejto myšlienky je zrejmé, že s klebetami mali ľudia problém aj v antike. Josef Emler, český historik 19. storočia píše o klebetách v súvislosti so svetovými náboženstvami, ktoré vystríhajú ľudstvo pred klebetami a ohováraním a považujú ich za trestuhodný čin hodný opovrhnutia. V Británii od 14. do 18. storočia platil zákon, ktorý trestal klebetenie a klebetiaci bol vystavený konkrétnemu trestu.

Aj keď v súčasnosti klebety nie sú hodnotené ako trestný čin, v prípade závažného zásahu do dobrej povesti človeka je možné vyvodiť voči autorovi klebety (pokiaľ je vôbec možné ho jednoznačne označiť ako autora klebety), právne dôsledky.

Približne do roku 1800 boli klebety ponímané ako uvoľnené rozhovory s akcentom „podrážajúcej“ konverzácie (Rosnow, 2001). Vzhľadom k tomu sa ohováranie začalo používať ako hanlivý termín (McDonald a kol., 2007).

Rosnow a Fine (in Grosser, Lopez-Kidwell a Labianca, 2009) zdôrazňujú, že definícia ohovárania nebola vždy tak negatívne hodnotená ako v súčasnosti a mohla mať aj neškodné korene bez negatívneho škodiaceho efektu.

Nielen, že pozitívne klebetenie a ohováranie sa v bežnej komunikácii vyskytuje v nepomerne nižšej frekvencii ako negatívne, ale tiež sa nerozširuje rovnakým spôsobom. Negatívne klebety si vyžadujú afektívnu dôveru voči adresátovi a vyskytujú sa často medzi blízkymi priateľmi, čo je takmer podmienkou viažucou sa k ich rozširovaniu, čo pri pozitívnych klebetách nemusí platiť.

2. Klebety v pracovnom prostredí

Rosnow (in Grosser, Lopez-Kigwell a Labianca, 2009) tvrdí, že klebety majú tri základné funkcie: informovať, pobaviť a ovplyvniť. Klebety môžu viesť k moci a vplyvu v organizačnom kontexte a pre jednotlivcov môžu byť mocným nástrojom. Poskytujú možnosť odovzdávať informácie o kľúčových členoch organizácie s možnosťou ovplyvňovať názory a postoje.

Podľa Dunbara (in Grosser, Lopez-Kigwell a Labianca, 2009) klebety slúžia aj ako mechanizmus na presadenie sa v skupinách. Gluckman (tamtiež) poznamenáva, že klebety spĺňajú tri kolektívne účely:

1. vytvoriť skupinovú morálku na potvrdenie a posilnenie správnosti skupinových noriem a hodnôt,
2. vyvinúť sociálnu kontrolu nad nováčikmi a disidentmi, t. j. odlišne zmyšľajúcimi, nonkonformnými členmi,
3. regulovať potencionálne konflikty s konkurenčnými skupinami.

Fayard a Weeks (Hafen, 2005) upozorňujú, že klebety sa zvyčajne neobmedzujú len na formu spoločenskej solidarity, ale sú tiež používané na registráciu obáv a hrozieb vo vnútornej politike organizácie.

Klebety využívajú takú formu etiky, ktorá je založená na negatívnej moci. Podstata moci tkvie v tom, že na jednej strane rozdeľuje osoby v skupine, resp. v spoločenstve a na druhej strane iných zjednocuje. Klebety možno zaradiť k jednej z najrozšírenejších praktík využívaných pri mobbingu. Podľa Huberovej (1995) mobbing formou klebiet a nejasného ohovárania je síce veľmi rozšírený, ale pre obeť ťažko rozpoznateľný. Postihnutí spočiatku vôbec nevedia, čo sa hovorí za ich chrbtom, iba tušia, že čosi nie je v poriadku. Podľa Neferovej (2009) existujú dva možné spôsoby ako kontrolovať šírenie klebiet a zabrániť ich škodlivým účinkom: udržiavaním otvorenej komunikácie v súvislosti s politikou organizácie a apelovať na zodpovednosť zamestnancov.

Aké sú najčastejšie reakcie človeka postihnutého klebetami a aká je ich efektívnosť? Búgelová (2005):

1. O pravdepodobnom širitelovi klebety bude *obeť* tiež roznášať nepravdivé, osočujúce reči. Je to cesta, ktorá vedie k zhoršeniu vzájomných vzťahov; klebetenie sa bude znásobovať, narúša sa sociálna pracovná atmosféra. Východiskom býva neraz nekonštruktívna hádka, prípadne celá séria konfliktov. Ide o zlé, neproduktívne riešenie.
2. *Obeť* sa vypytuje svojich kolegov, či vedia, čo sa o ňom povára. Ak to nevedia, sám ich o tom poinformuje. Takým konaním sám prispieva k ich rozširovaniu a zabezpečuje si pozíciu „toho, o kom sa hovorí“. V podstate sa sám vedome, či nevedome pričíňuje k intenzívnejšiemu ohováraníu. Ide o nekonštruktívne riešenie s nie vždy jasným zámerom.
3. Ak *adresát*, *obeť* ohovárania vie, kto je skutočným pôvodcom klebety, dotyčného vyhľadá a požiada ho, aby s klebetou prestal. Požiada ho o to bez vyhrážania, pokojným

a sebaistým tónom i vystupovaním. Toto riešenie býva často účinné. Možno ho považovať za pomerne dobré riešenie za predpokladu, že pozná pôvodcu klebety.

4. *Obet'* nereaguje na klebety žiadneho druhu a súčasne nežadáva svojim správaním sa podnet na klebetenie. Reakcia nereagovaním patrí k najúčinnnejším formám utlmenia, resp. odstránenia klebety, pretože tam, kde sa po určitom čase nedostaví očakávaná reakcia (nositeľ klebety odozvu takmer vždy v nejakej forme očakáva), jednoducho klebety prestane byť zaujímavá a po čase spontánne ustane.

Negatíva klebetenia v pracovnom prostredí jasne pomenúva Anderson (2005):

- Klebety zaberajú množstvo času, čím zasahujú do produktivity práce.
- Klebety poškodzujú morálku tým, že znižujú rešpekt kolegov. Je ťažké udržať istú mieru morálky, keď sa ľudia navzájom ohovárajú. Ak by sa znížilo ohováranie, bola by aj atmosféra na pracovisku lepšia.
- Klebety vytvárajú nezhody. Nadmerné ohováranie môže viesť k nezdravému zameraniu na negatívne aspekty práce, nabádanie často aj spokojných zamestnancov k cynizmu.
- Klebety škodia ľuďom.

3. Metóda

3.1 Výskumný cieľ

Klebety, ohováranie, hodnotenie iných ľudí tvoria neoddeliteľnú súčasť bežnej konverzácie tak v civilnom ako aj v pracovnom prostredí. Odstrániť ich by bolo nielen nemožné, ale aj zbytočné. V konečnom dôsledku ide o istý druh informácie, ktorý najmä ak ide o pozitívne klebety, slúži k posilneniu pozitívneho obrazu organizácie a v prípade negatívnej klebety, ktorá má dopad na povesť organizácie, ide o druh informácie, ktorej by malo vedenie organizácie venovať pozornosť, a to aj v prípade, ak je nositeľ „zlého chýru“ neznámy.

Hlavným cieľom bolo overiť vplyv klebiet na zmenu sociálnej atmosféry na pracovisku a zistiť najčastejšie dôvody klebetenia u mužov a u žien. Tiež nás zaujímalo, či existuje súvislosť medzi frekvenciou klebetenia a vytypovanými osobnostnými vlastnosťami, vzdelaním, rodom a vekom. Uvedené ciele boli formulované do nasledujúcich otázok, ktoré v časti „Výsledky“ sú formulované do jednotlivých hypotéz:

- Existuje vzťah medzi výskytom a frekvenciou klebiet a ich dôsledkami na organizáciu?
- Existuje vzťah medzi sociálnou atmosférou a klebetami?
- Existujú významné rozdiely vo frekvencii klebetenia v rámci rodu, veku a vzdelania?
- Existuje vzťah medzi frekvenciou klebiet a vybranými osobnostnými vlastnosťami?
- Aké dôvody vedú mužov a ženy ku klebeteniu?
- Ako najčastejšie reagujú obeť klebiet?

3.2 Popis výskumného súboru a výskumných nástrojov

Výskumný súbor pozostával zo 120 respondentov, z toho bolo 59 žien a 61 mužov. Vekové rozpätie bolo 22 až 62 rokov a respondenti boli rozdelení do troch vekových pásiem. Do prvého pásma boli zaradení respondenti vo veku 22 až 40 rokov; súbor pozostával zo 42 respondentov. Do druhého pásma boli zaradení respondenti vo veku 41 až 50 rokov, pričom súbor pozostával z 39 respondentov. Do tretieho pásma boli zaradení respondenti vo veku 51 až 62 rokov; súbor pozostával z 39 respondentov.

Rozdelenie výskumného súboru podľa vzdelania: ukončené vysokoškolské vzdelanie malo 43 respondentov, stredoškolské vzdelanie s maturitou absolvovalo 38 respondentov a stredoškolské vzdelanie bez maturity absolvovalo 39 respondentov.

3.3 Popis výskumných nástrojov

Na získanie empirických údajov boli použité 3 výskumné nástroje, a to Eysenckov osobnostný dotazník pre dospelých, Škála skupinovej atmosféry a autorský dotazník klebiet.

EPQ-R – Eysenckov osobnostný dotazník pre dospelých, skrátaná verzia upravená J. Senkom, T. Kováčom a M. Matejikom v roku 1992. Dotazník obsahuje 48 položiek a meria dimenzie extravertie / introverzie, psychotizmus, neuroticizmus a je vybavená aj skóre Iží. Nami overovaná reliabilita jednotlivých dimenzií – Cronbachova alfa je uvedená v tabuľke 1.

Tabuľka 1: Hodnota Cronbachovej alfy pre jednotlivé dimenzie dotazníka EPQ-R

Dimenzia	Cronbachova alfa
Psychotizmus	0,819
Extroverzia	0,831
Neuroticizmus	0,828
Skóre Iží	0,772

Škála skupinovej atmosféry (SA), autori T. Kollárik a kol., 1983. Škála obsahuje 10 bipolárnych adjektív a je zameraná na posúdenie aktuálnej sociálnej atmosféry na pracovisku. Autorkami overená vnútorná konzistencia, Cronbachova alfa má hodnotu 0,909.

Autorský dotazník klebiet, (DK) pozostávajúci z troch dimenzií: frekvencia klebetenia (9 položiek), dôsledky klebetenia (10 položiek) a autoklebety (4 položky). Hodnoty Cronbachovej alfy pre jednotlivé dimenzie dotazníka uvádza tabuľka 2.

Tabuľka 2: Hodnota Cronbachovej alfy pre jednotlivé dimenzie dotazníka klebiet (DA)

	Dimenzie		
	frekvencia	dôsledky	autoklebety
Počet položiek	9	10	4
Cronbachova alfa	0,888	0,81	0,869

4. Výsledky a interpretácia

V hypotéze 1 sme predpokladali pozitívny vzťah medzi frekvenciou klebiet a ich dôsledkami na organizáciu.

Tabuľka 3: Korelácia frekvencie klebiet a dôsledkov na organizáciu

	N	sig.(2-tailed)	r
Korelácia frekvencie a dôsledkov klebiet	120	0,000	0,685**

** korelácia je signifikantná pri p menšom ako 0,01; r = korelačný koeficient

Predpoklad sa podľa očakávania potvrdil, t. j. čím vyššia je frekvencia klebiet, tým sú dôsledky na organizáciu väčšie (tab. 3). Vychádzali sme z predpokladu, že klebety vznikajú hlavne vtedy, ak pracovníci vnímajú, že došlo k zmene, resp. k porušeniu nejakých, dovtedy zaužívaných pravidiel alebo zvyklostí.

V hypotéze 2 sme predpokladali inverzný vzťah medzi dôsledkami klebiet a sociálnou atmosférou.

Tabuľka 4: Korelácia sociálnej atmosféry a dôsledkov klebetenia

	N	sig.(2-tailed)	r
Korelácia frekvencie a dôsledkov klebiet	120	0,000	-0,315**

Na základe uvedeného výsledku môžeme konštatovať, že klebety jednoznačne negatívne vplyvajú na sociálnu atmosféru na pracovisku, hypotéza bola potvrdená (tab. 4). Anderson (1995) v tejto súvislosti poznamenáva, že čím sú dôsledky klebetenia zjavnejšie, zreteľnejšie, prípadne čím viac prinášajú zmien, tým väčšími sa sociálna atmosféra zhoršuje. Autor predpokladá (v intenciách nášho výskumu), že klebety narúšajú morálku tým, že znižujú rešpekt a úctu kolegov. Negatívna atmosféra na pracovisku je zdrojom pracovnej nespokojnosti, čoho dôsledkom sú kontraproduktívne behaviorálne prejavy zamestnancov a zníženie výkonu (Kravčáková 2014).

Hypotéza 3 je zameraná na rozdielnosť frekvencie klebiet v rámci rodu, veku a vzdelania, pričom sme predpokladali, že rozdiely v rámci uvedených sociodemografických údajov nebudú signifikantné. Výsledky prezentujú tabuľky 5 až 9.

Tabuľka 5: Priemerné hodnoty skóre vo frekvencii klebetenia a rodu

	Rod	N	Priemer	SD
Skóre	Muži	61	20,13	7,166
	Ženy	59	20,78	6,555

Tabuľka 6: Štatistické rozdiely v skóre frekvencie klebetenia na základe rodu

T-test	F	sig.(2-tailed)	df
Frekvencia klebetenia	0,991	0,606	118

Legenda: sig.= hladina štatistickej významnosti; F=F-test odchýliek dvoch vzoriek; df=stupne voľnosti

Tabuľka 7: Štatistické rozdiely v skóre frekvencie klebetenia na základe veku

Zdroje variancie	Suma štvorcov	df	F	sig.
Medzi skupinami	186,431	2	2,02	0,137
V rámci skupín	5399,269	117		
Celkom	5587,7	119		

Legenda: sig.=hladina významnosti; F=koeficient one-wayANOVA; df=stupeň voľnosti

Tabuľka 8: Priemerné hodnoty skóre klebetenia na základe vzdelania

Ukončené vzdelanie	N	Priemer	SD
Stredoškolské bez maturity	39	26,179	7,007
Stredoškolské s maturitou	38	18,132	4,743
Vysokoškolské	43	17,302	4,823

Tabuľka 9: Štatistické rozdiely v skóre frekvencie klebetenia na základe vzdelania

Kruskal-Wallisov test	Chi-Square	asyp. sig.
Frekvencia klebetenia	33,454	0,000

Výsledky viažuce sa k frekvencii klebetenia a rodu potvrdili rovnakú častot' výskytu klebetenia u oboch pohlaví. Aj keď spoločenská mienka je obvykle nastavená v zmysle prevahy klebetiacich žien oproti mužom, môžeme si dovoliť považovať tento názor za mýtus, čo dokumentuje aj výskum McDonalldovej a kol. z roku 2007, ktoré tiež potvrdili, že muži aj ženy sa zaoberajú rovnakým množstvom klebetenia.

Taktiež bol potvrdený výsledok viažuci sa k predpokladu o neexistencii rozdielov vo frekvencii klebetenia v súvislosti s vekom. Dovolíme si poznamenať, že chuť klebetiť, resp. zdržiavať sa klebetenia je nezávislá od veku alebo inak povedané, klebetenie môže „potešiť“ človeka kedykoľvek.

Čo sa týka vzdelania a frekvencie klebetenia, nami stanovený predpoklad o neexistencii rozdielov vzhľadom k výške vzdelania sa nepotvrdil. Výsledky jednoznačne preukázali, že respondenti s najnižším vzdelaním vykazovali najvyššiu frekvenciu klebetenia. Nárast frekvencie klebetenia signifikantne klesal so zvyšujúcim sa vzdelaním. Príčiny, prečo je to tak, je možné hľadať v rozdielnej šírke a kvalite záujmov, v miere pracovnej autonómie, či v rozličnej intenzite pracovnej záťaže. Tieto príčiny sú však v tejto fáze výskumu iba domnienky, ktoré je potrebné seriózne preveriť.

Súčasťou výskumu bol aj pokus hľadať koreláty frekvencie klebetenia aj s niektorými osobnostnými rysmi, k čomu bola stanovená hypotéza 4. Tie boli skúmané prostredníctvom dotazníka EPQ-R. Predpokladali sme, že vyššie skóre namerané v dimenziách psychotizmu a neuroticizmu bude pozitívne významne korelovať s frekvenciou klebetenia a extroverzia bude korelovať s frekvenciou klebetenia negatívne. Výsledky sú uvedené v nasledujúcej sérii tabuliek (tab. 10 až 12).

Tabuľka 10: Korelácia psychotizmu a frekvencie klebetenia

	N	sig. (2-tailed)	r
Psychotizmus a frekvencia klebetenia	120	0,000	0,469**

**korelácia je signifikantná pri p je menšie ak 0,01

Legenda: N = počet; sig. = hladina významnosti; r = korelačný koeficient

Tabuľka 11: Korelácia neuroticizmu a frekvencie klebetenia

	N	sig. (2-tailed)	r
Neuroticizmus a frekvencia klebetenia	120	0,000	0,514**

Tabuľka 12: Korelácia extroverzie a frekvencie klebetenia

	N	sig. (2-tailed)	r
Extroverzia a frekvencia klebetenia	120	0,095	0,153

V prvých dvoch prípadoch – psychotizmus a neuroticizmus bol predpoklad potvrdený, t. j. existuje signifikantný vzťah medzi obidvomi dimenziami a frekvenciou klebetenia. Tieto výsledky je možné aj podoprieť výskumom H. J. Eysenck a S. G. B. Eysenck (1992), ktorí tvrdia, že osoby, ktoré disponujú vyšším skóre psychotizmu, sú hostilnejšie k svojmu okoliu, častejšie u nich

absentuje pocit viny, a preto menej dbajú na dôsledky svojho počínania. Ľudia s vysokým skóre neuroticizmu, podľa Waddingtonovej (2011) sa prejavujú vo zvýšenej miere ako ustarostení, utrápení a úzkostliví a keďže klebety a klebetenie slúžia ako prostriedok k uvoľneniu emócií, pôsobia ako individuálna obrana proti úzkosti a úzkostným emóciám. Predpokladaný pozitívny vzťah extroverzie k frekvencii klebiet sa v našom výskume nepotvrdil. Znamená to, že miera extroverzie / introverzie nemá vplyv na frekvencie klebetenia.

V poslednej časti výskumu nás zaujímali odpovede na dve nezávislé otázky pridané k dotazníku klebiet (DA). V prvom prípade nás zaujímali odpovede na otázku: Prečo ľudia klebetia, aké dôvody vedú mužov a ženy ku klebeteniu? Druhá otázka bola zameraná na zistenie ako ľudia najčastejšie reagujú ak sa dozvedia, že sú terčom klebiet. Respondenti mali možnosť odpovedať na prvú otázku výberom maximálne 3 výrokov z ponúkaných 8 alternatívnych odpovedí. Na druhú otázku respondenti tiež vyberali maximálne 3 výroky z 10 ponúkaných možností.

Tabuľka 13: Frekvencia odpovedí na otázku *Prečo klebetím?*

Odpovede	Muži		Ženy	
	N	%	N	%
Klebetenie mi prináša radosť	8	4,347	4	2,174
Klebetenie ma zbavuje stresu	12	6,522	16	8,696
Klebetím, pretože potrebujem mať dostatok informácií o kolegoch	23	12,5	26	14,130
Klebetením sa dozviem niečo nové	40	21,739	53	28,804
Klebetenie ma baví	8	4,347	8	4,348
Klebetením získavam väčší prehľad o súkromí svojich kolegov	29	15,761	31	16,847
Klebetím iba preto, aby som mal z toho nejaký prospech	10	5,435	7	3,804
Klebetenie mi umožňuje zviditeľniť sa	6	3,261	6	3,261

Z rozloženia odpovedí sa dozvedáme, že klebety neslúžia ako primárny zdroj zábavy, ale sú, zdá sa, zreteľne účelové (tab. 13). Rovnako muži aj ženy kládli na prvé tri miesta: možnosť dozvedieť sa niečo nové, získať väčší prehľad o súkromí kolegov a potrebu mať dostatok informácií o kolegoch. Ak sú práve toto primárne dôvody klebetenia u väčšiny zamestnancov, nabáda to k úvahe o tom, aké je prevažujúce etické povedomie u zamestnancov a aký silný účinok má klebetenie na vzájomné zamestnanecké vzťahy a na sociálnu atmosféru. Rosnow (in Grosser, Lopez-Kidwell a Labianca, 2009) tvrdí, že klebety majú tri základné funkcie: informovať, pobaviť a ovplyvniť. Výsledky nášho výskumu naznačujú, že klebety slúžia primárne ako zdroj informácie pre prijímateľa a efekt zábavy je prinajmenšom podružný.

Tabuľka 14: Frekvencia odpovedí na otázku *Ako reagujem, ak sa dozviem, že som sa stal terčom klebiet?*

Odpovede	Muži		Ženy	
	N	%	N	%
S nositeľom klebety si to vybavím (vyhľadám ho)	21	11,413	15	8,152
Nijako nereagujem	32	17,391	31	16,847
Informáciu si overím u svojich priateľov	27	14,674	21	11,413
Roznášam ešte „lepšie“ klebety o príslušnom nositeľovi	4	2,174	2	1,087
Ignorujem nositeľa klebety	30	16,304	44	23,913
Neúnavne pátram po nositeľovi klebety	5	2,717	6	3,261
Som úplne bezradný	3	1,63	0	0
Usilujem sa svoje okolie presvedčiť, že klebeta je nepravdivá	14	7,609	21	11,413
Upozorňujem jednotlivo svojich kolegov, že sa o mne šíri klebeta	13	7,065	7	3,804
Klebetu obrátim na vtip	35	19,021	30	16,304

Aj pri druhej otázke boli najfrekvencovanejšie odpovede ako čeliť klebetám medzi mužmi a ženami prevažne zhodné (tab. 14). Rozdiel bol zaznamenaný len v priorizovanej stratégii. Muži preferovali stratégiu zľahčovania klebety s tendenciou obrátiť ju na vtip, zatiaľ čo ženy preferovali stratégiu ignorovania nositeľa klebety. Ďalšou z preferovaných stratégií u mužov aj žien bola stratégia ignorovania klebety.

Záver

Výsledky výskumu priniesli niekoľko zásadnejších informácií. Poukázali jednak na zreteľnú súvislosť etiky práce a klebiet, na ich negatívny vplyv na pracovnú atmosféru a jednak na súvislosť vzdelania s frekvenciou klebiet. Klebety sú v povedomí ľudí ponímané ako negatívny komunikačný jav, ktorý škodí tak jednotlivcovi ako aj organizácii. Je prirodzené, že vzhľadom k veľkosti súboru, nie dostatočne reprezentatívnej vzorke respondentov, nie je možné považovať uvedené výsledky za jednoznačne platné. Výsledky však poukázali na niekoľko závažných negatív spôsobených klebetami s akcentom aj na pracovnú etiku, vzťahy a nepriamo aj na ohrozenie pracovného výkonu. Taktiež naznačili aj isté podnety pre ďalší výskum.

Literatúra

ANDERSON, B. 1995. Less gossip, better schools. Dostupné na: <http://search.proquest.com/docview/218197994?accountid=14716>

ARISTOTELÉS 2011. Etika Nikomachova. Prekl. Špaňár, J. Bratislava: Kalligram.

BÚGELOVÁ, T. 2005. Riaditeľ, učiteľ, rodič a ako si spríjemniť komunikáciu. Prešov: Metodicko-pedagogické centrum.

EYSENCK, H. J., EYSENCK. S. G. 1992. Eysenckove osobnostné dotazníky pre dospelých – príručka. Bratislava: Psychodiagnostika s r. o.

GROSSER, T., V. LOPEZ-KIGWELL a G. LABIANCA 2009. A Social network Analysis of Positive and Negative Gossip in Organizational Life. Dostupné na: <http://gom.sagepub.com/content/35/2/177.short>

HAFEN, S. 2005. Workplace Gossip it's not all bad. New Zeland Management, 25, p.428-438.

HUBEROVÁ, B. 1995. Psychický teror na pracovisku. Martin: Neografia.

KOLLÁRIK, T. a J. MULNER 1983. Škála skupinovej atmosféry – príručka. Bratislava: Psychodiagnostické a didaktické testy.

KRAVČÁKOVÁ, G. 2014. Dôsledky správania sa nespokojných zamestnancov. - online. - In: Ľudský kapitál a spoločnosť 2014. Košice: UPJŠ v Košiciach. Dostupné na: <http://unibook.upjs.sk/image/data/knihy%202014/FVS/Ludsky-kapital-a-spolocnost-2014.pdf>

McDONALD, L., K., M. PUTALLAZ, L. Ch. GRIMES, L. Ch. a kol. 2007. Gossip, Friendship and Sociometric Status. Merrill-Palmer Quarterly, 53, p. 381-411.

NEFER, B. 2009. Neutralizing the power of workplace gossip. Dostupné na: <http://han.pulib.sk/han/ProQuestCentral/search.proquest.com/pqcentral/docview>

ROSNOW, R., L. a K., F. FOSTE 2005. Rumor and Gossip Research. Dostupné na: http://www.uobabylon.edu.iq/uobColeges/ad_downloads/5_3060_1069.pdf

WADDINGTON, K. 2011. Watch This Space: Working between Disciplines and Paradigms in the Scholarship of Organizational Gossip. International Journal of Interdisciplinary Social Sciences 5, p. 323-330.

VAJDA, J. 1995. Etika. Nitra: Enigma.

Adresy autoriek

doc. PhDr. Tatjana Búgelová, CSc.

Prešovská univerzita v Prešove

Inštitút psychológie

Prešov 080 01, ul. 17. novembra č. 1

E-mail: tatiana.bugelova@unipo.sk

Mgr. Mária Kaľavská

Hotelová akadémia

Radničné námestie 300/1

Spišská Nová Ves

E-mail: mary.kalavska@gmail.com