

Jak na termíny v personalistice?

V tomto článku bych se chtěla zabývat používáním odborných a obchodních termínů ve světě personalistky. Různost pochopení termínů ukáží na pojmu assessment centrum a personální audit. Dnes už většina personalistů a personalistek zná termín assessment centrum. Výhodou je, že už není tak nutné vysvětlovat, k čemu slouží a proč by ho měla firma použít. Kromě toho, že jde o termín, který něco konkrétního označuje, je to také obchodní název. Obchodní názvy se musí vyvíjet. Před pár lety jste si mohli koupit šampon, potom přišlo období, kdy jste si koupili „dva v jednom“, tedy šampon a kondicionér, a dnes už kupujeme „tři v jednom“ (omlouvám se, ale už ani nevím, co je to třetí). S assessment centrem je to podobné. Zpočátku jste si mohli objednat assessment centrum, postupně se objevilo development centrum, kde se posuzuje rozvojový potenciál a typické je tím, že zpětné vazby dostávají všichni zúčastnění. A dnes už můžete potkat další odvozené názvy (ani tady přesně nevím, co je ta třetí „příísada“, někdy to může být maximální využití kamery, okamžitá zpětná vazba po jednotlivých technikách nebo „speciální“ psychodiagnostika). Všechny tyto inovace dělají základní produkt zajímavý, dávají mu nový kabát. Pravdou ovšem je, že si stále kupujete ten základní produkt, byť vylepšený. Velmi málo se setkáváme v článcích s termínem personální audit. Přesto ho můžeme najít v obchodních nabídkách, a vlastně se nikde nepíše, o co přesně jde. V odborné literatuře se můžeme seznámit s pojmem účetní nebo daňový audit. Tento termín znamená supervizi, kontrolu správnosti zpracování účetnictví nebo daní, tedy zda zpracování odpovídá dané legislativě, případně vnitřním předpisům. Pokud bychom použili tuto analogii na personální audit, mělo by tedy jít o posouzení zpracování personalistiky s ohledem na platnou legislativu, tedy vlastně kontrolu dodržování zákoníku práce. Přesto se pojem personální audit občas používá v souvislosti s posouzením nějakého pracovního týmu s ohledem na jeho

fungování a schopnosti jeho jednotlivých členů. Někdy to znamená posouzení personálních činností v rámci personálního oddělení. Ve výjimečných případech může být termín používán jako obchodní název. Dodavatel potom slovní spojení personální audit naplní libovolným obsahem, nejčastěji posouzením zaměstnanců nebo uchazečů o práci, které by se asi korektně mělo jmenovat assessment centrum, development centrum nebo psychodiagnostika. Na výše uvedených případech jsem ukázala, jak různě lze termíny chápat a jakým způsobem se může jejich využití měnit. Abychom si drželi přehled, můžeme číst odbornou literaturu. Ale ani v ní se nemůžeme seznámit s používáním obchodních názvů metod. To, že zadavateli dáme za úkol realizovat všeobecně známý produkt (např. assessment centrum), ještě neznamena, že skutečně dostaneme to, co jsme si mysleli, že objednááme. Není ostudou se ptát, co přesně si realizátor pod určitým pojmem představuje. Je to jediný způsob, jak se předem dozvíme, jakou službu skutečně objednáme a zda nám může být k užtku. Pokud se objeví zcela nový název, doporučuji zeptat se na to, kdo a kde o tomto termínu napsal. Pokud neexistuje solidní publikace, může jít spíš o nový obchodní název než o skutečně novou metodu. Na obchodních názvech a jejich používání není nic zlého. Když se objeví „nový“ prací prášek, taky nečekáme, že je to něco zcela nového a převratného. Nejspíš může být lepší než ten před ním. Stejně je to i s odbornými metodami v personalistice. Trh firmy nutí hledat něco nového, čím by zaujaly. Jen je důležité nestydět se přiznat, že nám název nic neříká, a ptát se. Pokud zjistíte, že je pro vás produkt zajímavý a realizují ho odborníci ... proč ho nevyzkoušet?

Hana Kyrianová, hana@kyrianova.cz
