

# Interkulturní komunikace

## Úvod do předmětu

*„Kulturní gramotnost je nejen žádoucí  
– je to prerekvizita globálního podnikání  
(O’Hara-Devereaux a Johansen)*

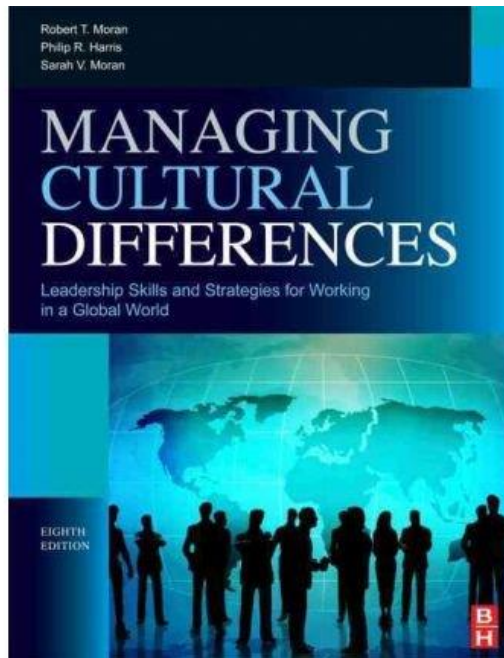
# Koncept

- **Vyučující:** Ing. Renata Čuhlová, Ph.D, BA (Hons)  
*Renata.Cuhlova@econ.muni.cz*
- **Seminář:** Út 14:00-15:50
- **Ukončení předmětu: zápočet**
  - Účast na seminářích, povolena 1 neomluvená absence
  - Získání alespoň 50 % bodů za týmovou prezentaci
  - Získání alespoň 50 % bodů ze závěrečného testu
  - Celkově min. 60% ze všech možných bodů
- **Cíl předmětu**

# Informace, požadavky

*Interaktivní osnova v IS*

# Doporučené zdroje



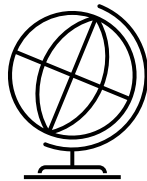
- Businessinfo a sekce věnovaná zahraničnímu obchodu
- Český export a podnikání
- Global Trade
- Dynamic Export
- Exporter

# Semestrální prezentace

Týmová (3-5)

Téma: kulturní a obchodní specifika vybraného (kulturního) regionu a pro tento region typického státu.

Cílem je příprava na obchodní jednání s lidmi a se společnostmi z vybraného regionu.

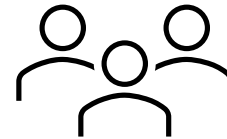


# Obsah prezentace

- 1) Uvedení do prezentace
- 2) Obecná charakteristika regionu a konkrétní charakteristika vybrané země
- 3) Závěr, vč. doporučení

## 2)

- Stručný geografický popis
- Významné historické události mající dopad na současnost (např. nevhodná témata hovoru, rozdělení společnosti,...)
- Čím je země/region výjimečný, národní hrdost
- Zařazení z hlediska kulturních dimenzí
- Náboženství a dopad na obchodní jednání
- Pravidla slušného chování, kulturní faux pas
- Typická konverzace (v obchodním jednání, gesta, vyjadřování nesouhlasu, kritiky,...)
- Průběh obchodního jednání (načasování, fáze, příprava, styl vyjednávání, způsob uzavírání dohod)
- Pracovní návyky (týmovost/individualita, loajalita,...)
- Ekonomické vztahy a obchodní styl s ČR



# Požadavky na prezentaci

- ✓ Přiměřeně dlouhá
- ✓ Konkrétní
- ✓ Kvalitní – zdroje
- ✓ Záživná – min. 1 aktivita se vzdělávacím cílem a dále min. 1 nepřednášková aktivita (scénka, video, ochutnávka, aj.)
- ✓ Přehledná
- ✓ Dodržení vzdělávacích cílů
- ✓ Týmová práce





# Kritéria hodnocení prezentace

Dodržení délky prezentace 20 minut

Klíčové informace jsou vizualizovány

Předání přiměřeného množství informací (max. 8 slidů s info, nebo 6 flipchartových papírů, tabule)

Prezentace obsahuje minimálně jednu záživnou zapojující aktivitu

Důvěryhodné zdroje

Nevyskytují se faktické chyby

Závěrečné shrnutí klíčových informací (ne jen výčet témat)

Prezentace je zkonzultována v plné verzi

Čerpané zdroje

**Celkově 30 bodů + až 10 bonusových bodů za mimořádně kvalitní prezentaci**

## Možné regiony na výběr:

1. Skandinávské země
2. Německy mluvící země
3. Francouzsky mluvící země
4. Státy bývalé SSSR (Rusko, Ukrajina,...)
5. Arabské státy (Saúdská Arábie, Egypt,...)
6. Státy jižní Evropy
7. Státy jižní Asie (Indie, Pakistan)
8. Státy jihovýchodní Asie (Filipíny, Vietnam)
9. Státy Centrální Asie (Čína, Mongolsko, Kazachstán)
- ~~10. Státy východní Asie (Japonsko, Jižní Korea)~~
11. Anglicky mluvící země: a) Země Commonwealthu (VB, Irsko, Austrálie); b) ~~Severní Amerika (USA, Kanada)~~
12. Státy Latinské Ameriky (Brazílie, Argentina,...)
13. Země střední a jižní Afriky (Jihoafrická republika, ~~Nigérie~~)

# Co znamená být kulturně vnímavý/á?



Center for Intercultural Dialogue

MUNI  
ECON

# Co znamená být kulturně vnímavý/á?



- rozumět tomu, proč interkulturní spolupráce často selhává (typické chyby a lessons learned)
- vědět, v jakých oblastech očekávat kulturní rozdíly
- znát sebe z pohledu interkultury
- umět odhadnout dynamiku interkulturní spolupráce a vědět, v čem ve svých jednotlivých fázích liší od monokulturní
- vědět, jak vzniká úspěšná interkulturní spolupráce
- být si vědom toho, jak je možné reagovat na interkulturními rozdíly - mít vlastní odpověď na to, zda "se přizpůsobit" nebo "zůstat sám sebou"



Center for Intercultural Dialogue



# Kultura

*Cultura/colere (lat.)*

*„Kultura neboli civilizace... je složitý celek, jenž zahrnuje vědění, víru, umění, právo, morálku, obyčeje a jiné schopnosti a návyky, získané člověkem jako příslušníkem společnosti.“ (Taylor)*

Kultura je nahromaděná zkušenost konkrétního sociálního celku.



# Kulturní okruhy

*A nation's culture resides in the hearts and soul of its people.*  
(Gandhi)

Každá společnost (sociální skupina, organizace) má vlastní kulturu. Tak jako se lidé prolínají do více sociálních celků, se tyto celky navzájem ovlivňují.

## 1. okruh: **náboženský**

Zákaz konzumace vepřového masa u Muslimů a Židů byl logický vzhledem ke historickým středomořským klimatickým podmínkám. I přes pasterizaci a chladicí zařízení se dnes náboženský zákaz stal součástí kulturní tradice a dodržuje se.

## 2. okruh: **národní**. Společenství vzniklé vlastním specifickým vývojem.

Národní kultura má prioritní specifický znak, kterým je jazyk.

Př. Představa, že českým národním znakem je pivo je ve světě odlišná. Pro národy Dálného východu jsou pivním národem Američané. V představách Dánů jsou nejodbornější pivaři zase oni. Mnichov vnímán jako „pupek pivního světa“, nikoli Plzeň nebo Praha

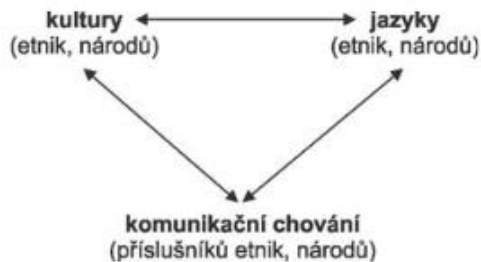
## 3. okruh: **jednotlivých sociálních subjektů** (rodina, profesní skupiny, politické organizace,...). Stejně uplatňovaný systém motivace, etický kodex, společnou historii, cíle



# Komunikace

*"The most important thing  
in communication is to hear  
what isn't being said."*

*Communicare, communicatio (lat.)*



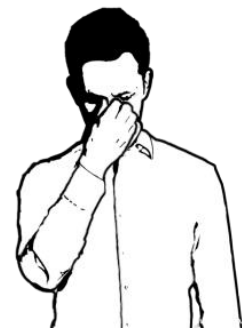
*Příčiny neschopnosti komunikovat v  
mezinárodních vztazích???*



**Verbální** (slovo, písmo) - *Znalost jazyka hostitelské země?*

**Neverbální** (pohyb, gesto, znak, tón a tempo řeči a jiné paralingvistické projevy).

*Jakých chyb se dopouštíme při vnímání druhých???*





# Percepční omyly

Haló efekt

Efekt shovívavosti, mírnosti

Autoprojekce

Stereotypy

Předsudky

Efekt slepoty

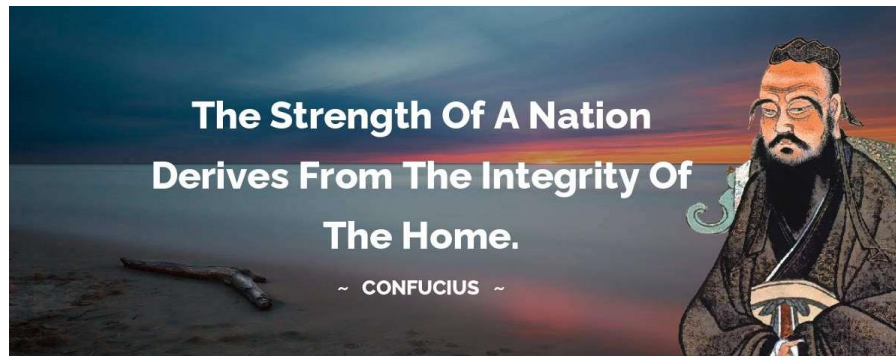
Černobílé myšlení

Efekt pořadí



*Implicitní teorie osobnosti:* Na základě jedné výrazné odpozorované vlastnosti neváháme doplnit další charakteristiky. Máme snahu vytvořit ucelený (i když zkreslený) obraz o člověku

*Čínský obchodník souhlasil s kontraktem pod podmínkou, že mu to schválí rodina.  
Dle naší zkušenosti může dostat nálepku, že se jedná o submisivního jedince.  
Ale v kultuře Konfucia je rodina na prvním místě.  
I dominantní člověk, i třeba jen formou jakési rituální formy, si podmíní souhlas  
souhlasem rodiny.*



*Čínský obchodník souhlasil s kontraktem pod podmínkou, že mu to schválí rodina.  
Dle naší zkušenosti může dostat nálepku, že se jedná o submisivního jedince.  
Ale v kultuře Konfucia je rodina na prvním místě.  
I dominantní člověk, i třeba jen formou jakési rituální formy, si podmíní souhlas  
souhlasem rodiny.*

*Stejný Číňan nám neřekne, že se musí poradit s rodinou. Ale my víme, že to Číňané  
dělají, a tím se tedy nechová tak, jak bychom dle znalosti jeho kultury očekávali. Budeme  
ho považovat za unáhleného. Číňan se ale chtěl jenom chovat evropsky.*

# Komunikace - Pozdravy

„Hayirli isler“ (zdravé obchody), „Sağlık“ (dobré zdraví)

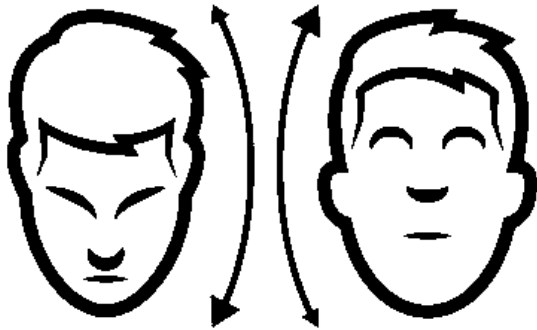
„Mucho gusto“ (bud' šťastný)

„Nǐ chī le ma?“ (Už jste jedl?)

„How do you do?“ pouze tzv. Echo-feedback

„Guten Tag“ (dobrý den), „Grüss Gott“ (Pozdrav pán Bůh!)





# Co mají tyto národy společné (myšlenky, hodnoty, postoje, chování)?

Češi a Slováci

Češi a Američané

Bulhaři a Češi

Češi a Thajci

Němci a Češi

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

Dle popsatelných vztahů:

*Vztah k autoritě*

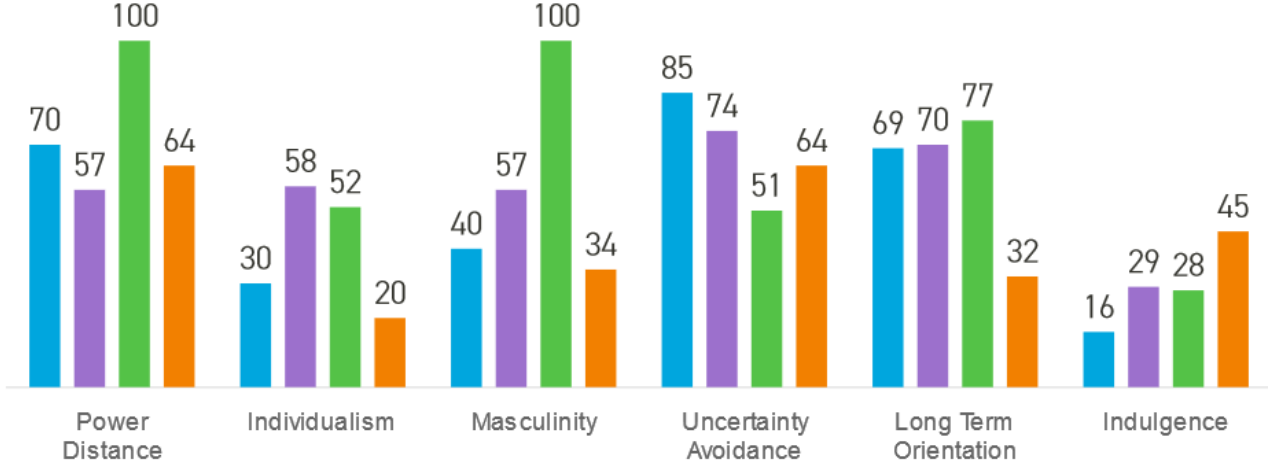
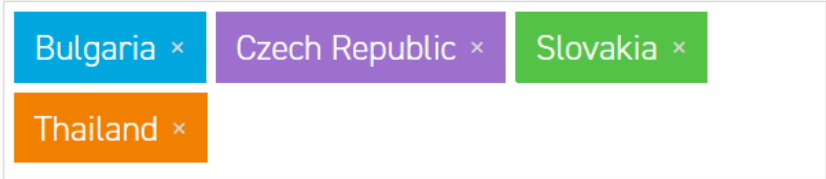
*Vztah individuum vs společnost*

*Koncepce maskulinity a feminity*

*Způsob řešení konfliktů*

*Vztah k nejistotě a neurčitosti*

*Vztah k času, plánování*



\* estimated

Zdroj: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/bulgaria,czech-republic,slovakia,thailand/>