

# Interkulturální komunikace

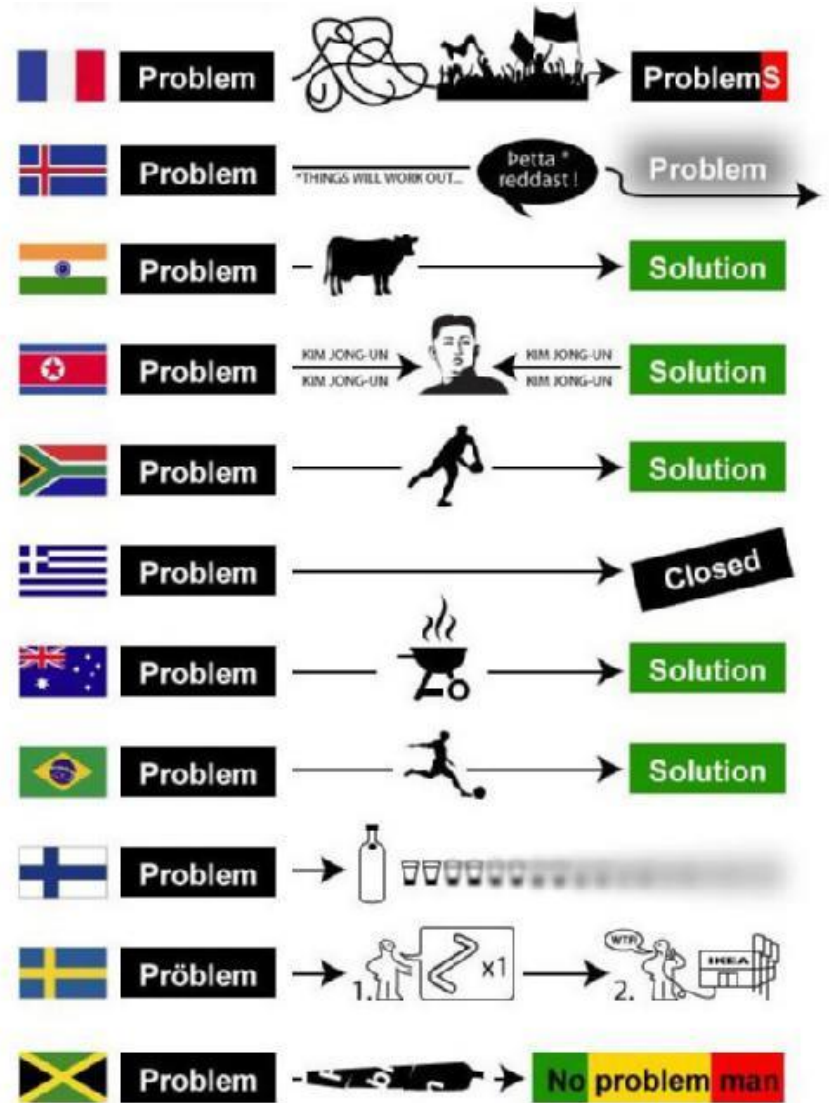
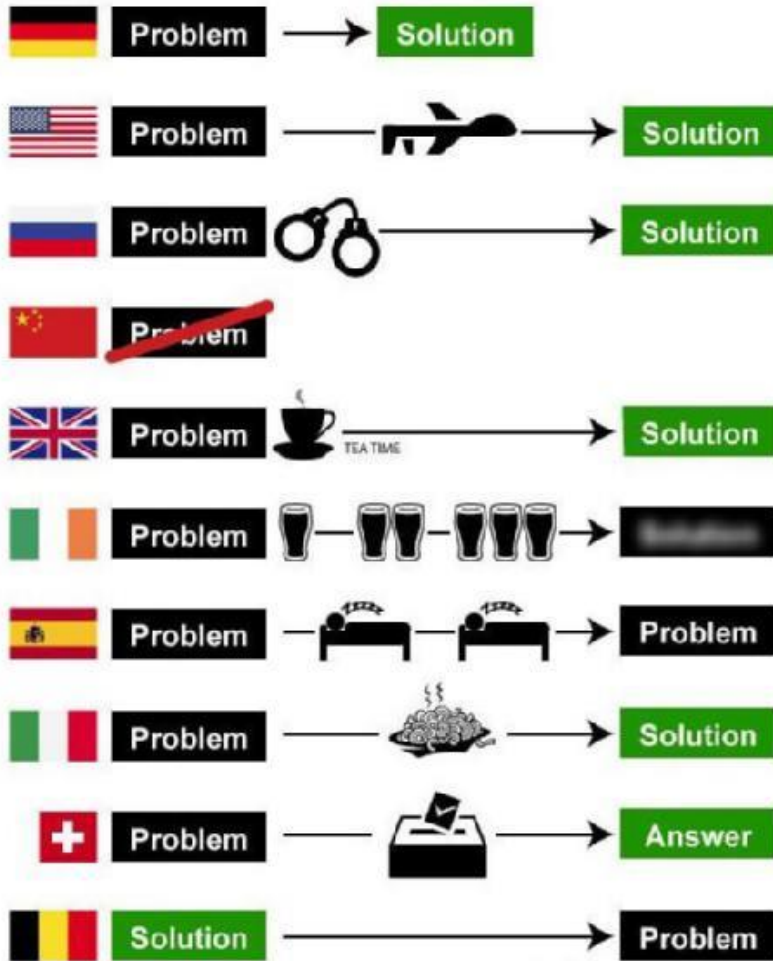
## Úvod do předmětu

*„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:** sudé Út 14:00-15:40
- **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**

INTERNATIONAL GUIDELINES FOR  
**PROBLEM SOLVING**

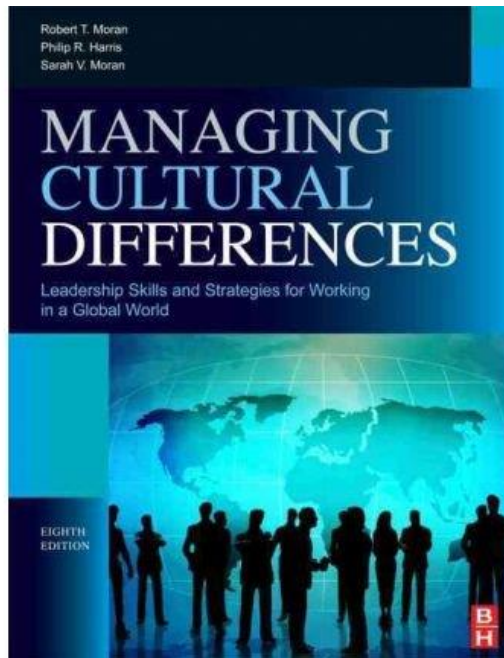


[Source](#)

# 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

*Vikingové sice  
objevili Ameriku,  
ale neprojevíli dost  
citu, aby si ji udrželi.*

Týmová (4-5)

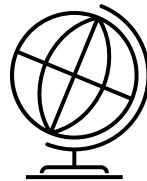
*(Oscar Wilde)*

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.

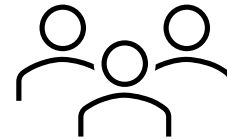
# Obsah prezentace

- 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 – aktivita se vzdělávacím cílem, 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

# Co znamená být kulturně vnímavý/á?



- rozumět tomu, proč interkulturní spolupráce často selhává (typické chyby 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

# Co znamená být kulturně vnímavý/á?



- rozumět tomu, proč interkulturní spolupráce často selhává (typické chyby lessons learned)
- vědět, v jakých oblastech očekávat kulturní rozdíly
- **Kultura je ovšem jen část celého příběhu. To, co se děje v interakci mezi dvěma a více lidmi ovlivňují i další faktory**
- Znalost jazyků a tradic jiné kultury
- schopnost komunikovat v rámci interkulturní spolupráce a být srozumitelným ve svých jednáních
- 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

*Co z nás dělá to čím jsme?*

*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.

## 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.

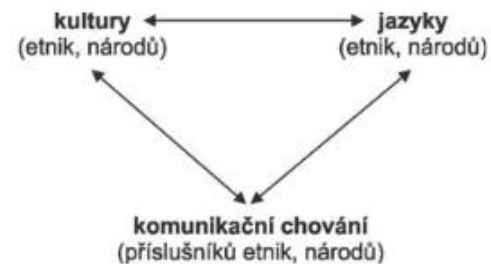
*Představa, že českým národním znakem je pivo je ve světě odlišná. Pro národy Dálného východu jsou pivním národem Američané. V představách Dánů jsou nejodbornější pivaři zase oni. Mnichov vnímán jako „pupek pivního světa“, nikoli Plzeň nebo Praha.*

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





# Komunikace



*Communicare, communicatio (lat.)*

*Příčiny neschopnosti komunikovat v mezinárodních vztazích???*

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

*„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!)*

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





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

Mezi tím, co si myslím,  
co chci říct,  
co si myslím, že říkám,  
co říkám,  
co chcete slyšet,  
co slyšíte,  
co si myslíte, že rozumíte,  
co chcete rozumět  
a co rozumíte,  
existuje alespoň devět možností,  
že si nerozumíme.

**Bernard Werber**

# Percepční omyly

Haló efekt

Efekt shovívavosti, mírnosti

Autoprojekce

Stereotypy

Předsudky

Efekt slepoty

Černobílé myšlení

Efekt pořadí

Implicitní teorie osobnosti

*The single story creates stereotypes, and the problem with stereotypes is not that they are untrue, but that they are incomplete.*

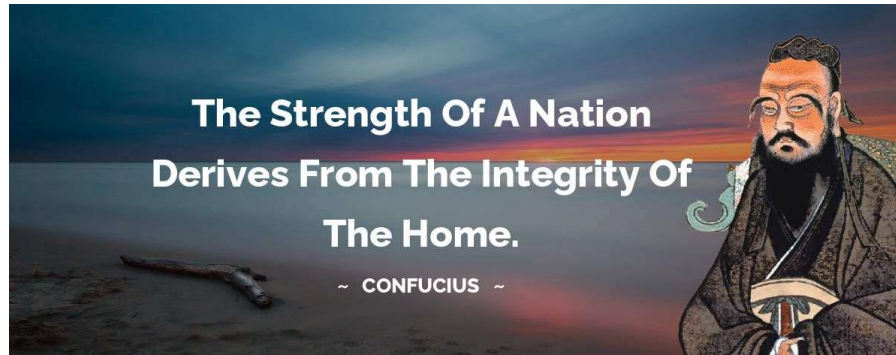
*They make one story become the only story.  
(Chimamanda Ngozi Adichie)*



Etnocentrismus vs. kulturní relativismus

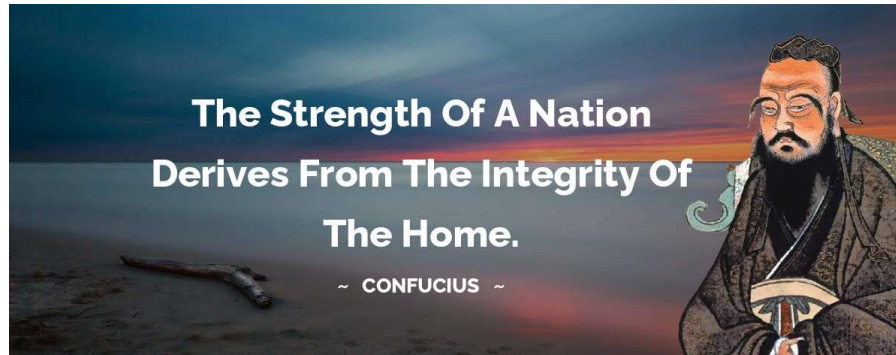
*Čínský obchodník souhlasil s kontraktem pod podmínkou, že mu to schválí rodina.  
Dle naší zkušenosti může dostat nálepku, že se jedná o submisivního jedince.*

*Ale v kultuře Konfucia je rodina na prvním místě. I dominantní člověk, i třeba jen formou  
jakési rituální formy, si podmíní souhlas souhlasem rodiny.*



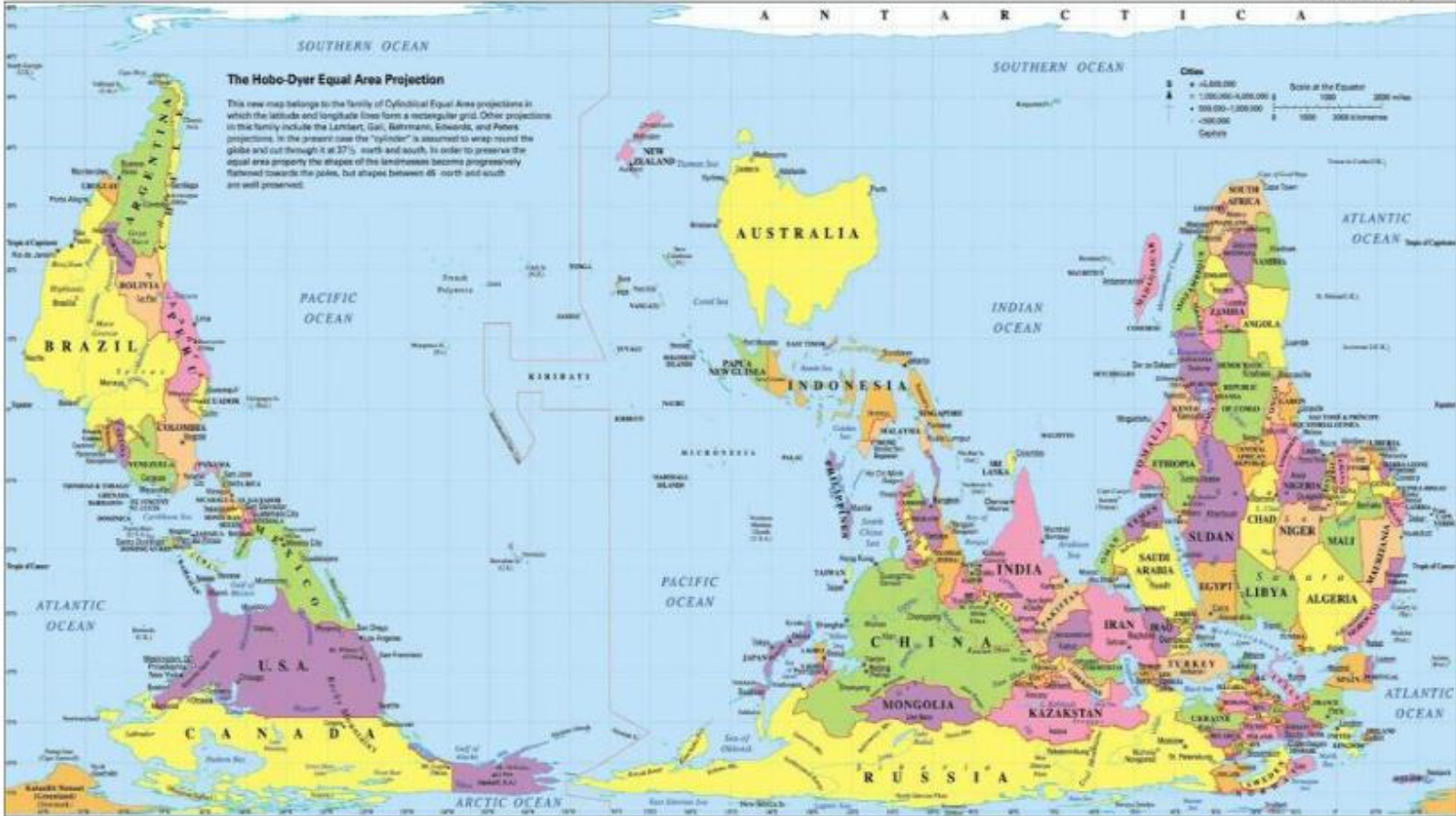
*Čínský obchodník souhlasil s kontraktem pod podmínkou, že mu to schválí rodina.  
Dle naší zkušenosti může dostat nálepku, že se jedná o submisivního jedince.*

*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.*





# *Změňte mapu a změníte svět*



1459



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*