

1. Interkulturní marketing a prodej

Vaše skupina je složena z lidí s interkulturním původem a tvoří firmu zaměřenou na interkulturní výcvik v komunikaci a výzkum. Mezinárodní potravinový konglomerát Nestlé vás najal, abyste vedli výzkum v Africe, Asii a Jižní Americe. Vaším úkolem je navrhnout výzkum, který odhalí hodnoty a vhodné a důvěryhodné komunikační chování v různých kulturách. Korporace použije vaše informace k vývoji mediálních strategií a strategií interpersonálního prodeje používaného ve světě kojeneckých receptů v těchto národech. Co budete dělat? Jaké etické volby ovlivní vaše rozhodnutí?

2. Interkulturní mediální produkce

Získal jsi práci v prominentní zdravotnické světové organizaci. Agentura v současnosti hledá širší základnu pro finanční podporu ve Spojených státech a v Evropě, aby mohla financovat snižování hladomoru. Navštívil jsi oblast, ve které tvá společnost bude pracovat, a víš, že mnoho lidí bojuje za každodenní potřebu jídla a bydlení. Lidé ve své zemi samozřejmě udržují prostor domova a svoje děti upravené a čisté. Našel jsi extrémní případ, který vypadá mnohem více jako bídná nouze oproti průměrnému domu o oblasti, pro který hledáš financování. musíš připravit reklamní výtisk s fotografií. Co uděláš? Jaká etická rozhodnutí budou ovlivňovat tvoje rozhodnutí?

3. Interkulturní výzkum

Případ pochází ze skutečného života. Řekněme, že jako vědec jste pozváni Maquiladorou (cizinci vlastněným podnikem v Mexiku) ke zpracování studie hodnot mexických zaměstnanců a německých a amerických manažerů. Chápete, že účel výzkumu je primárně zaměřen na rozvoj praktik personálních vztahů a strategií manažerů k zaměstnancům. Můžete provádět takový výzkum? Jaké jsou omezení toho, co budete a nebudete dělat? Jaké etické principy vám pomáhají orientovat se při vaší práci?

4. Meziskupinový výzkum

Zajímá vás studium náboženské skupiny, která prosazuje pohled, který považujete za škodlivý, výstřední či cizí (může to být skupina, která tvrdí, že gayové a lesby se zbaví homosexualitu díky „reparativní“ terapii, nebo zenoví budhisti, kteří hledají způsob, jak konvertovat jedince nebo to může být centrální brněnská neonacistická skupina, která přijímá ženy a děti – všechny jsou navrženým tématem výzkumu studentů). Chcete zkoumat skupinu, abyste odhalili, jak jejich praktiky fungují na úkor členů skupiny a jak mohou ohrozit společnost ve velkém. Rozhodli jste se provést výzkum v tajnosti jako participující pozorovatel. Můžete provádět takový výzkum? Jaké jsou omezení toho, co budete a nebudete dělat? Jaké etické principy vám pomáhají orientovat se při vaší práci?

5. Každodenní komunikace: použití médií

Zjistil jsi, že máš skutečně rád mezinárodní hudbu. Zaujala vás hlavně brazilská hudba. Přítel ti řekl, že našel skvělý zdroj pirátské mezinárodní hudby online. Víš, že si můžeš projít amazon nebo lokální distributory nahrávek, abys našel nejnovější CD z *Paralamas do Sucesso*. Současně víš, že tě mezinárodní policie chrání autorské právo nikdy nezjistí, že jsi zkopíroval CD z internetu nebo vypálil nějaké od přítele, který ti jej půjčil. Co budeš dělat. Jaké volby budeš řešit při svém rozhodování?

Převzato podle: COM 372 – Theory and Research in Intercultural Communication. Dostupné z:

<http://my.ilstu.edu/~jrbaldw/372/Ethics.htm>