

Intekulturalna komunikacija: visokokontekstualna i niskokontekstualna orijencija

Sabo, Matea

Master's thesis / Diplomski rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:145:659998>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-30**



Repository / Repozitorij:

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Diplomski sveučilišni studij Menadžment

Matea Sabo

**Interkulturalna komunikacija:
visokokontekstualna i niskokontekstualna orijentacija**

Diplomski rad

Osijek, 2021.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Diplomski sveučilišni studij Menadžment

Matea Sabo

**Interkulturalna komunikacija:
visokokontekstualna i niskokontekstualna orijentacija**

Diplomski rad

Kolegij: Interkulturalne poslovne komunikacije

JMBAG: 0067528278

e-mail: mateasabo3@gmail.com

Mentor: Prof.dr.sc. Ivana Barković Bojanić

Osijek, 2021.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek

Faculty of Economics in Osijek

Graduate study Management

Matea Sabo


**Intercultural communication: high-contextual and low-contextual
orientation**

Graduate paper

Osijek, 2021.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELKTUALNOG VLASNIŠTVA, SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je Diplomski (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*, 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju, NN br. 123/03, 198/03, 105/04, 174/04, 02/07, 46/07, 45/09, 63/11, 94/13, 139/13, 101/14, 60/15).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

Ime i prezime studenta/studentice: Matea Sobo

JMBAG: 0067 528278

OIB: 60949557068

e-mail za kontakt: mateasobo3@gmail.com

Naziv studija: Sveučilišni diplomski studij Menadžment

Naslov rada: Interkulturalna komunikacija: visokotekstualna i niskotekstualna orijentacija.

Mentor/mentorica diplomskog rada: Prof. dr. sc. Ivana Barbačić Bojanić

U Osijeku, 2021. godine

Potpis Matea Sobo

INTERKULTURALNA KOMUNIKACIJA: VISOKOKONTEKSTUALNA I NISKOKONTEKSTUALNA KOMUNIKACIJA

SAŽETAK

Kultura je fenomen koji jedno društvo čini posebnim, te ga na taj način odvaja od drugih. Kultura je način života nekog društva, tradicija, običaji pa i način komuniciranja. Upravo je to postojanje društvenih razlika potaknulo potrebu za pojavom društvene discipline kao što je interkulturalna komunikacija koja omogućuje pripadnicima različitih kultura jednostavniju ali i kvalitetniju komunikaciju. Samim tim komunikacijski stilovi u kulturama su razni, drukčijeg konteksta i internalizacije informacija. Američki antropolog, Edward T. Hall to je različito shvaćanje komunikacije u kulturama objasnio u dva pojma, visokokontekstualnoj i niskokontekstualnoj orijentaciji. Ove pojmove je predstavio u svom književnom djelu *Beyond culture*, 1976. godine, te se do danas isto koriste kada se govori o komunikaciji između kultura i o shvaćanju komunikacijskih razlika. Kulture visokokontekstualne orijentacije usmjerene su prvenstveno na korištenje neverbalne komunikacije prilikom prenošenja informacija, prilikom prenošenja informacija oslanjaju se na implicitnu komunikaciju te od sugovornika očekuju da imaju sposobnost „čitanja između redova“. Sasvim je suprotna situacija u kulturama koje su orijentirane niskom kontekstu, koje za prenošenje informacije koriste tradicionalne načine. Korištenje verbalne komunikacije, bilo da se radi o pismenom obliku ili o onom usmeno karakteristično je za niskokontekstualnu orijentaciju, koja informacije dijeli na vrlo direktan način. Kontekst, ili pak njegov nedostatak utječu na shvaćanje informacije koja se prenosi, te na interpretaciju informacija što će biti prikazano u sljedećim poglavljima.

Ključne riječi: interkulturalna komunikacija, kontekst, kultura, visokokontekstualna orijentacija, niskokontekstualna orijentacija.

INTERCULTURAL COMMUNICATION: HIGH-CONTEXTUAL AND LOW-CONTEXTUAL ORIENTATION

ABSTRACT

Culture is a phenomenon that makes one society special, and thus separates it from others. Culture is a way of life of a society, tradition, customs and even a way of communication. It is this existence of social differences that has stimulated the need for the emergence of a social discipline such as intercultural communication that allows members of different cultures to communicate more simply but also better. Consequently, communication styles in cultures are diverse, with different contexts and internalizing information. The American anthropologist, Edward T. Hall, explained this different understanding of communication in cultures in two terms, high-contextual and low-contextual orientation. He presented these terms in his literary work *Beyond culture*, in 1976, and they are still used today when it comes to communication between cultures and the understanding of communications. Cultures of high-context orientation are focused primarily on the use of non-verbal communication when transmitting information, rely on implicit communication when transmitting information and expect interlocutors to have the ability to "read between the lines". The situation is quite the opposite in low-context-oriented cultures, which use traditional means to convey information. The use of verbal communication, whether written or oral, is characteristic of low-contextual orientation, which shares information in a very direct way. Context, or lack thereof, affects the understanding of the information being transmitted, and the interpretation of the information that will be presented in the following chapters.

Key words: intercultural communication, context, culture, high-contextual orientation, low-contextual orientation.

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Metodologija rada	3
3. Interkulturalna komunikacija i kultura	5
3.1. Interkulturalna komunikacija.....	6
3.2. Kultura	9
3.3. Komunikacija u različitim kulturama	13
3.4. Interkulturalna kompetencija	14
4. Kontekst i njegovo značenje.....	19
4.1. Visoko kontekstualna orijentacija	21
4.2. Nisko kontekstualna orijentacija	23
5. Usporedba visoko kontekstualnih i nisko kontekstualnih kultura	25
5.1. Komunikacija u visoko kontekstualnim kulturama.....	27
5.2. Komunikacija u nisko kontekstualnim kulturama.....	28
5.3. Internalizacija u visoko kontekstualnim i nisko kontekstualnim kulturama	29
6. Komunikacijske razlike u kulturi Arapskih zemalja i Kine.....	36
7. Zaključak	38
Literatura	40

1. Uvod

Živimo u svijetu u kojem su gotovo svi ljudi na neki način povezani, bez obzira na svoju nacionalnost, boju kože, kose ili pak vjere, bez obzira na njihovu kulturološku podlogu. Razvojem tehnologije ali i sve većim razvojem ekonomije razlike među ljudima postaju sve manje, neprimjetne, sve dok se u obzir ne uzme kultura. Sve veće političke, tehnološke, ekonomske primjene, ali i one u načinu i količini putovanje bilo to zbog razonode ili poslovnih razloga, pa i promjene u samoj populaciji doveli su do razvoja komunikacija između kultura. Različite kulture na različite načine interpretiraju ponašanja, stavove, pa čak i verbalnu komunikaciju. Upravo se te razlike u komunikaciji objedinjuju pod pojmom interkulturalne komunikacije. Već u najranijoj dobi, interkulturalni susreti postali su dijelom svakodnevnice, bilo da se radi o interakciji sa vršnjacima, ili pak prilikom sudjelovanja u projektima koji naglašavaju važnost upoznavanja drugih kultura kroz obrazovanje, djeca pa i odrasli sve su više izloženi povezivanju s pripadnicima drugih kultura, stoga je neophodno posjedovati interkulturalne komunikacijske kompetencije.

Interkulturalne komunikacije dio su komunikologije pa ipak i ekonomistima privlače pozornost s obzirom da je poslovna komunikacija sastavni dio (međunarodnog) poslovnog života. Komunikacija je sastavni dio života svake osobe i ona se odvija svakodnevno, svjesno ili nesvjesno, bila to verbalna ili ne verbalna komunikacija. Uzmemo li u obzir koliko je komunikacija značajna, ali i zahtjevna između pripadnika istih kultura, koliko li je kompleksna ona između pripadnika različitih kultura? Interkulturalne komunikacije pomažu međusobnom kontaktu između pripadnika različitih kultura te predstavljaju osnovu za kvalitetan suživot u današnjem društvu koje je može se reći multikulturalno. Komunikacija između različitih kultura predstavlja izazov današnjice.

Ovaj diplomski rad svoj će fokus usmjeriti na promatranje jednog od aspekata interkulturalnih komunikacija. Američki antropolog Edward T. Hall kako bi objasnio razlike među komunikacijskim spletom u raznim kulturama ponudio je dva pojma, visokokontekstualna i niskokontekstualna orijentacija. Način na koji osobe internaliziraju informacije i stvaraju percepciju o nekoj pojavi ili događaju iznimno je bitno za uspostavljanje kvalitetne komunikacije, a kasnije i kvalitetnog poslovnog ali i privatnog

odnosa. Uzevši u obzir važnost kulturnih razlika, ovaj diplomski rad približiti će upravo način komunikacije između vidno različitih kultura, te prikazati kako kvalitetno komunicirati u svrhu sprječavanja interkulturalnih konflikata koji su sve češći s obzirom na brojnost komunikacija između različitih kultura, pogotovo u današnjem svijetu.

2. Metodologija rada

Svrha ovog diplomskog rada je predstaviti na koji to način kontekstualnost utječe na interkulturalne komunikacije i kako je kontekst zapravo jedan od najznačajnijih aspekata kada se govori o komunikaciji općenito bila ona između pripadnika istih ili različitih kultura.

Svaki istraživački ili pak znanstveni rad mora se temeljiti na metodama koje su korištene u svrhu prikupljanja potrebnih informacija za jasno definiranje određenog pojma ili pak većeg broja pojmova. Tako su metode koje su korištene prilikom pisanja ovog diplomskog rada korištene u svrhu pojašnjenja pojma kontekstualnosti u smislu interkulturalne komunikacije. Prilikom pisanja diplomskog rada korišteni su isključivo sekundarni podatci preuzeti iz internetskih izvora ili pak iz stručne literature odnosno stručnih knjiga, čiji se popis nalazi u popisu literature na samom kraju ovog diplomskog rada.

Uzevši u obzir prirodu predmeta koji se istražuje za potrebe ovog diplomskog rada korišteno je nekoliko metoda, od kojih se mogu izdvojiti sljedeće:

- Deskriptivna metoda
- Komparativna metoda
- Metoda kompilacije
- Deduktivna metoda

Svaka je pojedina metoda korištena u svrhu istraživanja predmeta ovog diplomskog rada, te ja svaka metoda vidljiva kroz dijelove rada. Tako je primjerice metoda deskripcije korištena prilikom razlaganja nekog složenijeg pojma na one jednostavnije, lakše shvatljive. Također je korištena prilikom opisivanja slika ili pak tabličnih prikaza, što zapravo implicira kako je ova metoda najviše korištena kroz sam rad. Nadalje komparativna je metoda korištena u poglavljima koja uspoređuju visokokontekstualnu i niskokontekstualnu orijentaciju kontekstu, ali i u poglavlju koje uspoređuje razlike u komunikaciji između pripadnika Arapske kulture i kulture Kine, kao zemalja suprotne kontekstualne orijentacije.

Metoda kompilacije korištena je kroz cijeli diplomski rad, pomoću nje prikupljeni su podatci iz sekundarnih izvora te su u sklopu rada citirani na određeni način, sukladno

pravilima citiranja. Posljednja korištena metoda je ona deduktivna kojom se iz općih saznanja prikupljenih o predmetu istraživanja doneseni pojedinačni zaključci koji se odnose na pojmove od interkulturalne komunikacije kao same srži istraživanja, pa do pojma kontekstualizacije koji je i centralni pojam provedenog istraživanja.

Rad se sastoji sedam poglavlja. Nakon uvodnog prvog poglavlja, drugo poglavlje predstavlja metodologiju rada. Treće poglavlje bavi se odnosom interkulturalne komunikacije i kultur. Četvrto poglavlje pažnju posvećuje kontekstu u okviru kojega dolazi do komunikacije, a koji može biti visokontekstualni i niskokontekstualni. Peto poglavlje uspoređuje ova dva navedena konteksta dok se u čestom poglavlju prikazuje komunikacijska razlika između arapskih zemalja i Kine. Sedmo poglavlje je zaključno.

3. Interkulturalna komunikacija i kultura

Prije svega kako bi se pojam interkulturalne komunikacije mogao razumjeti potrebno je svakako prvenstveno objasniti što je to kultura ali i sama komunikacija koja se odvija među svima nama svakodnevno.

„Kultura je ukupnost materijalnih i duhovnih vrijednosti koje je stvorio čovjek u svojoj društveno-historijskoj praksi u svrhu svladavanja prirodnih sila, razvoja proizvodnje i rješavanja društvenih zadaća“ (Milanja 2012.) . Kultura predstavlja važan aspekt kada se govori o komunikaciji pošto ono što je naučeno ili stečeno u sklopu neke kulture odražava se i na komunikaciju među ljudima različitih kultura i pozadina u kojima su odrasli. Postoji mnogo definicija kulture pošto je ona sama po sebi kompleksan pojam te ju Tubbs (2010.) definira kao „zajednički način života koji je razvila rupa ljudi, prenoseći ga sa koljena na koljeno“. Kultura kao takva sastoji se od nekoliko elemenata koji je svaki sam za sebe dovoljno složen. Religijski i politički sistemi i uvjerenja, običaji i jezik, alati, umjetnička djela i odjeća. Način na koji pojedinci razmišljaju primjerice o braku, poslu, način na koji se oblače, na koji način se ophode prema prijateljima roditeljima, sve je to zapravo dio kulture kojoj pripadaju, odnosno dio kulture koja ih definira. Značajna karakteristika kulture je ta što mnogi njezini elementi nisu zajednički, odnosno isti za sve pripadnike. Elementi kulture mogu se oblikovati i zasebno za svakog pojedinca unutar neke kulture.

Pojam komunikacije potiče od latinske riječi *communicatio* koja u prijevodu znači priopćavanje ili pak razgovor. Sama komunikacija može se definirati kao proces kojim dvoje ili više ljudi međusobno razmjenjuju informacije. Komunikacija nije važna samo za razmjenu informacija već i za stvaranje osobnog identiteta, ili pak kulturnog identiteta. „Osnovna je svrha komunikacije usmjeravanje aktivnosti i provođenje promjena važnih za razvoj i unapređivanje“. (Lamza – Maronić, Glavaš, 2008:5 prema Dragičević, 2016.)

Kao osnovu ovog diplomskog rada potrebno je poznavati glavne pojmove komunikacije. Komunikacija se može podijeliti na onu verbalnu i neverbalnu. Verbalna komunikacija dakako kao glavno sredstvo sporazumijevanja koristi riječ, dakle verbalna komunikacija bi bilo prenošenje informacija korištenjem riječi. Sa druge strane jednako tako važna je i neverbalna komunikacija koja se sastoji od mnogih sastavnica, govor tijela koji uključuje

držanje, grimase i slično, te ton i boja glasa koji također spadaju u neverbalnu komunikaciju kao i geste kojima nešto objašnjavamo prilikom komuniciranja.

Slika 1. Neverbalna komunikacija



Izvor: Spotlight Social Skills, 2019

Slika 1. prikazuje važnost neverbalne komunikacije u ukupnoj komunikaciji. Dakako u neverbalnu komunikaciju spada i kontekst koji je i predmet istraživanja ovog diplomskog rada. Neverbalna komunikacija iznimno je važna i u interkulturalnoj razmjeni informacija. Interkulturalna komunikacija kao takva može se shvatiti kao komunikacija sa svim svojim sastavnim dijelovima, samo što se ta komunikacija odnosi na osobe koje komuniciraju, a dolaze iz drukčijih kulturnih pozadina.

3.1. Interkulturalna komunikacija

Interkulturalna komunikacija, odnosno interkulturalni kontakt postoji od kada je svijeta, razlika se očituje u tome što u prošlosti on nije bio definiran i proučavan kao što je to

slučaj danas. Prvi interkulturalni kontakti događali su se primjerice u vremenima plemena, kada bi se pripadnici jedno plemena susreli sa pripadnicima drugog, te došli do zaključka kako postoje razlike u načinu ophođenja u svakoj zasebnoj grupi.

U međunarodnom poslovanju, poznavanje odnosno ne poznavanje kulture poslovnih partnera ali i nedostatak komunikacijskih vještina može uzrokovati mnoge međunarodne incidente, od kojih neki mogu biti i ozbiljniji po sam ugled poslovnog partnera ali i kulture odnosno nacije iz koje dolaze. Stoga, vrlo je bitno posvetiti potrebno vrijeme proučavanju raznih kultura i običaja, kako poslovnih tako i onih koji nisu direktno vezani za poslovanje. Upravo se tu pojavljuje pojam interkulturalnih komunikacija koje pomažu u sporazumijevanju između kultura te smanjenju incidenata na međunarodnoj razini. „Područje interkulturalnog komuniciranja je golemo, a odnosi se na pisane i elektroničke medije, interaktivne sustave, masovne medije, organizacijske medije, konverzijske dimenzije oralne komunikacije te ponašanje i gestikulaciju koje čine neverbalnu komunikaciju“ (Holt, Wigginton, 2002:321 prema Buble, 2009., 286).

Kao što je iz samog pojma interkulturalnih komunikacija vidljivo, kultura i komunikacija su dva pojma koja se ne mogu odvojiti. Način na koji komuniciramo bilo to verbalno ili pak neverbalno pod velikim je utjecajem kulture kojoj pojedinci pripadaju. Svaka pojedina kultura može se reći posjeduje neka ne pisana pravila koja se odnosno na način komuniciranja, odnosno na ono što je u interakciji dozvoljeno, a što nije. Postoji mnogo definicija što je to interkulturalna komunikacija, za potrebe ovog diplomskog rada biti će navedeno nekoliko definicija zbog lakšeg razumijevanja samog pojma. „Interkulturalna komunikacija pojam je koji se odnosi na komunikaciju između različitih kultura i socijalnih grupa. Pod tim nazivnikom ubrajamo i razumijevanje kako nas naše okruženje i kultura u kojoj odrastamo oblikuje, a kako da izbjegnemo stereotipe i predrasude u komunikaciji i poslovanju s ljudima i kolegama drugačijih kulturoloških i poslovnih kultura iz koje te osobe dolaze“ (Peharec, 2019.). Ono što je svim definicijama zajedničko i što je sama srž svake definicije je to da se komunikacija mora odvijati između pripadnika različitih kulturnih podloga. Prema Samovar i drugi (2013.) interkulturalna komunikacija uključuje interakciju ljudi čije su kulturne percepcije i simbolički sustavi dovoljno različiti da mijenjaju komunikacijski čin.

„Bovee i Thill definiraju interkulturnu komunikaciju kao proces slanja i primanja poruka između ljudi koji zbog svojih kulturnih tradicija mogu različito interpretirati verbalne i neverbalne signale“ (Duraković, 2019.)

U interkulturnim komunikacijama naglasak se ne stavlja na kulturne razlike između pojedinaca već na razlike u komunikacijskom procesu koji se odvija među grupama ili pojedincima koji pripadaju različitim kulturama, odnosno naglasak se stavlja na interakciju osoba koje potiču iz različite kulturološke pozadine.

Kako bi se u potpunosti razumio pojam interkulturna komunikacija potrebno je znati da je to kompetencija koja se stječe i uči kroz život. „Interkulturna sposobnost ili kompetencija podrazumijeva sposobnost uspješnoga i odgovarajućega ponašanja s pripadnicima drugoga jezika i kulture pod njihovim uvjetima. Interkulturna je komunikacijska kompetencija složena pojava koju čini niz sastavnica“ (Novak Milić, 2006. prema Bašić, 2014.):

- a.) karakterne osobine: prilagodljivost, smisao za humor, strpljenje, otvorenost, zanimanje, znatiželja, sućut, poštivanje različitosti, suzdržavanje od osuđivanja i drugo;
- b.) tri područja: sposobnost uspostave i održavanja međuljudskih odnosa, sposobnost sporazumijevanja s minimalnim gubitkom ili promjenom značenja, sposobnost suradnje radi ostvarivanja zajedničkih ciljeva ili potreba;
- c.) četiri dimenzije: znanje, (pozitivni) stavovi, vještine, svijest;
- d.) visoka jezična kompetencija;
- e.) različiti stupnjevi longitudinalnoga i razvojnog procesa

Vremenom su se razvila tri pristupa proučavanja interkulturnih komunikacija kako navodi Tubbs (2010.):

- a.) Pristup sa stajališta društvenih znanosti – osnova za proučavanje su metode i pretpostavke koje proizlaze iz psihologije i sociologije. Sa stajališta ovog pristupa, na komunikaciju utječe kultura, a najvažniji cilj je kulturu opisati i usporediti.
- b.) Interpretativni pristup – temelji se na antropološkim i lingvističkim metodama. Pri istraživanju se u velikoj mjeri koriste terenska istraživanja i osobne opservacije, zapažanja. Cilj je ovog pristupa da se ponašanje razumije, a ne predvidi. Komunikacija se promatra kao nešto što stvara i održava kulturu.

c.) Kritički pristup – Bavi se mijenjanjem stvarnosti kroz proučavanje odnosa moći u kulturama. Naglašava značaj socijalnog, ekonomskog i povijesnog konteksta, a naglasak posebno stavlja na socijalne odnose. Krajnji cilj je razumjeti ponašanje ali i stvoriti promjenu pomoću analize tekstova i kulturnih proizvoda

Kako navodi Samovar i drugi (2013.) kada se govori o interkulturalnoj komunikaciji govori se o prilagođavanju promjenama u društvenim odnosima u svijetu i izazovima koje pred nas stavlja upravljanje tim promjenama, kako na međunarodnoj razini tako i na razini pojedine države. Kako bi interkulturalna komunikacija bila uspješna potrebno je uložiti znatan trud kako bi se što bolje razumjeli i interpretirali načini ponašanja pripadnika različitih kultura.

3.2. Kultura

Kao što je već spomenuto, kultura i komunikacija pojmovi su koji se često koriste zajedno „može se reći da se čak i nadopunjuju. Prema Hallu (1976.) „kultura je komunikacija, a komunikacija je kultura“. Postoji mnogo definicija kulture koju je teško shvatiti upravo zbog same složenosti tog pojma. Opće priznata i najviše upotrebljavana definicija kada se radi o opisivanju kulture govori da „kultura objedinjuje svjesne i nesvjesne modele ponašanja, stečene i prenesene simbolima, koji tvore osebujna postignuća ljudskih skupina,.. temeljnu srž kulture čine tradicionalne ideje (odnosno one koje su povijesno stečene i izabrane) i pogotovo vrijednosti vezane uz te ideje“ (Kriebler i Kluckhohn, 1952:181 prema Rouse i Rouse 2005:74). Može se reći kako je kultura način ponašanja neke grupe, kako bi bilo lakše za razumijevanje može se reći da je kultura za neku grupu ono što je osobnost za pojedinca u toj grupi. Kultura čini sve ljude na neki način sličnima, to je ono nešto što ljudi dijele jedni sa drugima, bili oni toga svjesni ili ne. Prema Samovar i drugi „na svijet ne dolazite znajući kako se odjenuti, kojim se igračkama igrati, što jesti, koje bogove štovati, za čime žudjeti ili kako potrošiti vrijeme i novac. Kultura je i učitelj i udžbenik. Kultura je ta koja pomaže pojedincima da se prilagode i pojednostave si život u zajednici“.

Kultura se može odvojiti od pojma univerzalne ljudske prirode koja se očituje u ponašanju ali i od jedinstvene individualne osobnosti svake pojedine osobe. Tako je ponuđena i

piramida koja prikazuje na koji je to način kultura drukčija od ljudske prirode i individualne osobnosti.

Slika 2. Tri razine jedinstvenosti u ljudskom mentalnom programiranju



Izvor: Hofstade, 1994: 6 prema H. Spancer – Oatey, 2012.

Iz slike je vidljivo kako je osobnost jedinstvena za svakog pojedinca ona može biti djelom naslijeđena ali i jednim djelom naučena bilo to iz obiteljskog okruženja, društvene zajednice ili pak u sustavu školovanja, sve su to područja koja utječu na ponašanje pojedinca. Nadalje kultura je specifična za svaku pojedinu društvenu grupu. Kultura nije nešto što može biti naslijeđeno već je ona posljedica promatranja i učenja načina ponašanja drugih pripadnika neke zajednice. Uči se, odnosno prenosi se sa generacije na generaciju te je na neki način također jedinstvena. Ljudska je priroda naime univerzalna za sve ljude te je ona naslijeđena, svi ljudi posjeduju istu ljudsku prirodu odnosno ono što se smatra prihvatljivim u svim ljudskim društvima.

„Kulture postoje kako bi zadovoljile životne, praktične potrebe ljudskog života – da se ustroji društvo kako bi se održala vrsta, kako bi se prenijelo teško stečeno znanje i iskustvo prošlih naraštaja i prošlih stoljeća na mlade i neiskusne pa da se sljedeći naraštaj

poštedi skupnog i opasnog procesa učenja svega iznova od početka putem pokušaja i pogrešaka – uključujući i fatalne pogreške.“ (Sowell 2009. prema Samovar i drugi, 2013).

Uzme li se u obzir sve navedeno, čak i odgovori na naše najjednostavnije potrebe, one biološke često su pod utjecajem kulture, kao što je primjerice potreba za hranom. Naime, svi ljudi jedu, ali primjerice način na koji jedemo, kada jedemo, što jedemo, pa čak i kako jedemo pod utjecajem je kulture kojoj pojedinac pripada.

Prema Samovar i drugi (2013.) svaka kultura sastoji se od određenih elemenata koji tu kulturu čine posebnom:

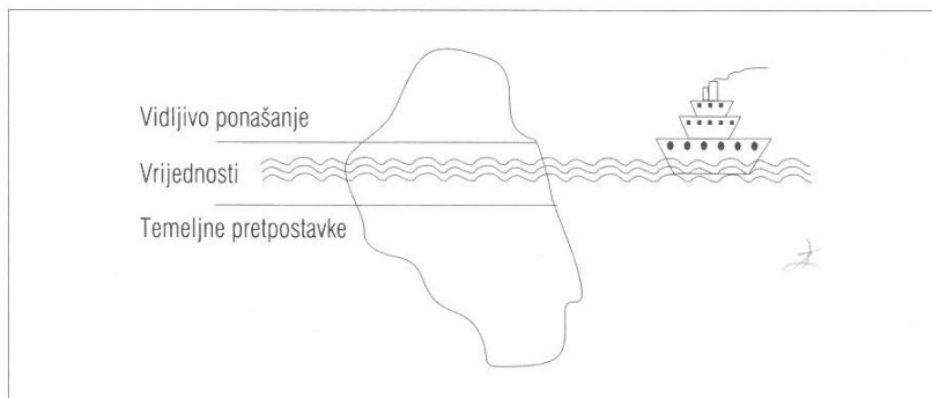
1. Povijest – povijest je ono što se u kulturi prenosi sa naraštaja na naraštaj, može se reći da ona kroz prošlost vodi pripadnike kulture u njihovu budućnost. Poznavajući povijest pripadnici neke kulture imaju uvid u to kakvo je ponašanje prihvatljivo u njihovoj kulturi.
2. Religija – jedan od glavnih elemenata kulture, utječe na sve od politike, poslovnih običaja ali i svakodnevnog ponašanja.
3. Vrijednosti – vrijednosti se mogu objasniti kao uvriježena ponašanja, odnosno smjernice za život u društvu koje se očekuje da pojedinac prati tijekom svog života. Svaka kultura poštuje različite vrijednosti. Kako navodi Samovar i drugi primjerice sve kulture poštuju starije ali se stupanj te vrijednosti razlikuje od kulture do kulture. Tako će se primjerice u Indiji više poštovati stariji, od kojih se traže savjeti ali i dopuštenje za određene postupke, dok u američkoj kulturi to pak nije tako.
4. Društvene organizacije – strukture koje pomažu boljem snalaženju u društvu. U društvene organizacije može se ubrojiti i obitelj, posao ili pak škola. Društvene organizacije su veoma bitne za svaku kulturu i može se reći kako ju na neki način i odražavaju.
5. Jezik – jezik je može se reći najvažnije obilježje kulture. Jezik svakoj pojedinoj kulturi pomaže u prenošenju informacija, emocija, osjećaja, pomaže u sporazumijevanju. Jezik je glavno sredstvo komunikacije, zajedničko obilježje svih kultura, ali u svakoj kulturi različit i jedinstven.

Govoreći o kulturi moguće je uočiti neka specifična obilježja koja ima svaka kultura, odnosno koja vrijede za svaku kulturu bez obzira na različitostima u običajima, religiji,

jeziku ili pak vrijednostima. Tako prema Samovar i drugi (2013.) glavna obilježja kulture su sljedeća:

1. Kultura se uči - kultura se uči na više načina, bilo to formalno u školama i ostalim odgojno obrazovnim ustanovama na unaprijed određen način ili pak neformalno iz ponašanja i postupaka roditelja kao djeca ili okruženja u kojem pojedinac odrasta. Kako se pojedinac nauči u najmanjim godinama tako će postupati u svojim zrelim godinama te posljedično istom ponašanju odnosno kulturi učiti i svoju djecu.
2. Kultura se dijeli – Kultura se prenosi sa naraštaja na naraštaj što se može postići raznim načinima poput poslovice, priča ili umjetnosti, pa stoga i prijenosnici kulture mogu biti razni poput obitelji, medija, škole, crkve ili pak prijatelja i vršnjaka.
3. Kultura se temelji na simbolima – Knjige, filmovi, vjerski zapisi ili pak videozapisi omogućuju kulturi da sačuva ono što smatra važnim i ključnim za sljedeće naraštaje. Upravo to prenošenje sa naraštaja na naraštaj omogućeno je simbolima koji se bez postojanja jezika ne bi mogli dostojno prenositi. Ovo ujedno čini poveznicu između kulture i jezika kao takvog.
4. Kultura je dinamična – upravo zbog širenja zapadnjačkog kapitalizma i konstantnog napretka u razvoju informatike, kulture su izložene novim idejama i trendovima nametnutim od „stranaca“. Ti „stranci“ mogu biti u susjedstvu te imaju drukčije poimanje stvari od većine ili pak mogu biti pripadnici neke druge kulture. Iz ovog je moguće zaključiti kako je kultura podložna fluktuacijama te nije moguće da ostane nepromijenjena, odnosno konstantna.
5. Kultura je integrirani sustav – Svaka od sastavnica kulture čini zasebnu cjelinu te se može promatrati kao takva, no kada se govori o kulturi u globalu treba se govoriti kao o integriranoj cjelini koja se sastoji od svih sastavnica kulture. Vrlo je važno da su sve sastavnice dobro integrirane kako bi sustav kulture dobro funkcionirao.

Slika 3. Kulturna santa leda



Izvor: Rouse i Rouse S. (2005.)

Na temelju gore navedene slike moguće je uočiti kako je samo jedan dio kulture vidljiv. Temeljne pretpostavke na kojima nastaje kultura nalaze se na dnu te prilikom jednostavne interakcije nisu vidljive, kao ni vrijednosti pojedine kulture.

3.3. Komunikacija u različitim kulturama

Svaka je kultura različita, bilo da je komunikacija temeljena na drukčijem jeziku bilo da su neke vrijednosti važnije od drugih ili da je pak religijska osnova drukčija u pojedinim kulturama. Kako se kulture mogu razlikovati u nabrojenim segmentima, one se dakako razlikuju i kada se govori o komunikaciji. U nekoj kulturi određeni način komunikacije bila ona verbalna ili neverbalna je prihvatljiv i uvriježen, dok je u drugim kulturama isti takav način komunikacije ne prihvatljiv u svakom smislu. Globalizacija, tehnološka otkrića i napredci, pomaci u načinu putovanja ali i otvaranje novih tržišta dovelo je do povećane komunikacije između pripadnika različitih kultura. Tako je potrebno sagledati koji su to načini komunikacije između različitih kultura koji se razlikuju s obzirom na vrijednosti i običaje pojedine kulture.

Kao što je već spomenuto komunikacija može biti verbalna i ona neverbalna, te se komunikacije između različitih kultura ogleda u oba načina komuniciranja. Tako je primjerice u zapadnim kulturama u komunikaciji uobičajeno osobu gledati u oči, a izbjegavanje kontakta očima može se smatrati kao nepoštovanje ili pak ne

zainteresiranost, što se posebice očituje u poslovnim pregovorima, ili pak poslovnim sastancima.

Postoji nekoliko načina rješavanja problema kulturnih razlika (Thomas, Inkson 2011. prema Zabec 2016.):

a) očekivanja da se drugi prilagode nama – koristimo stav „budi kao ja“ (iako ne postoje dokazi da se kulture međusobno približavaju, veliki broj ljudi smatra da se različite kulture međusobno približavaju zajedničkom obrascu npr. oponašaju se navike ljudi iz SAD-a)

b) pokušavamo razumjeti kulturne razlike - postoje mnogo dostupnih informacija o drugim kulturama, te bi iste trebali koristiti kao polaznu točku za predviđanje ponašanja pojedinca date kulture. Potrebno je napraviti tzv. „opsežni spisak stvari“ koji nam pomažu u komunikaciji s osobama iz drugih kultura, sadrži detalje o kulturnim običajima zemlje, postupke koji se smatraju uvredljivim, način razgovora, potrebno očekivano ponašanje kao i praktične informacije o obrazovanju i zdravstvenim uslugama.

c) potrebno je razviti kulturnu inteligenciju.

Kako bi se što bolje uvidjele razlike prilikom komunikacije u različitim kulturama, ali i kako bi se postavio temelj za shvaćanje pojma kontekstualnosti, navedeno je nekoliko primjera. Tako su neke kulture prilikom komuniciranja otvorenije i izravnije kao što je to slučaj u američkoj kulturi ili su pak manje izravne i samu tu izravnost smatraju uvrjedom kao što je to u istočnjačkoj kulturi.

3.4. Interkulturalna kompetencija

Uzimajući u obzir složenost komunikacije između pripadnika različitih kultura osim iskustva u istoj i dodira sa pripadnicima različitih kultura potrebo je pozornost obratiti i na

kompetencije koje posjeduje pojedinac u komunikaciji sa pripadnicima kulture koja nije jednaka njegovoj. Što je to potrebno kako bi se ostvarila kvalitetna interkulturalna komunikacija? Što su to interkulturalne kompetencije? Što je potrebno za razvoj istih? Sve su to pitanja na koja se dugi niz godina pokušava pronaći odgovor, te su ista pitanja temelj za mnoga istraživanja koja se provode i provodila su se kako bi se poboljšala i olakšala sama interkulturalna komunikacija.

Kako su interkulturalne komunikacije same za sebe složen pojam koji je vrlo teško definicijski odrediti isto je tako i pojam interkulturalne kompetencije vrlo složen te se za isti navodi mnoštvo različitih definicija. U najširem smislu interkulturalnu kompetenciju možemo odrediti kao kompleks sposobnosti potrebnih za učinkovito i svrsishodno djelovanje u interakciji s osobama koje su jezično i kulturalno drukčije od nas (Fantini, 2000. prema Piršl 2014.). Prilikom definiranja pojma potrebno je obratiti dodatnu pozornost na četiri dimenzije koje se nalaze u sklopu navedenog pojma, koje su neophodne prilikom promišljanja o interkulturalnim kompetencijama no svejedno nisu dovoljne kako bi se obuhvatila cjelokupnost i objasnila opširnost i opsežnost samog pojma. Četiri su ključne dimenzije dakle sljedeće (Deardorf 2004. prema Piršl 2014.):

1. Stavovi
2. Vještine
3. Sposobnost refleksije o ciljevima i osobnim unutarnjim ishodima interkulturalne kompetencije
4. Konstruktivna interakcija kao vanjski ishod interkulturalne kompetencije

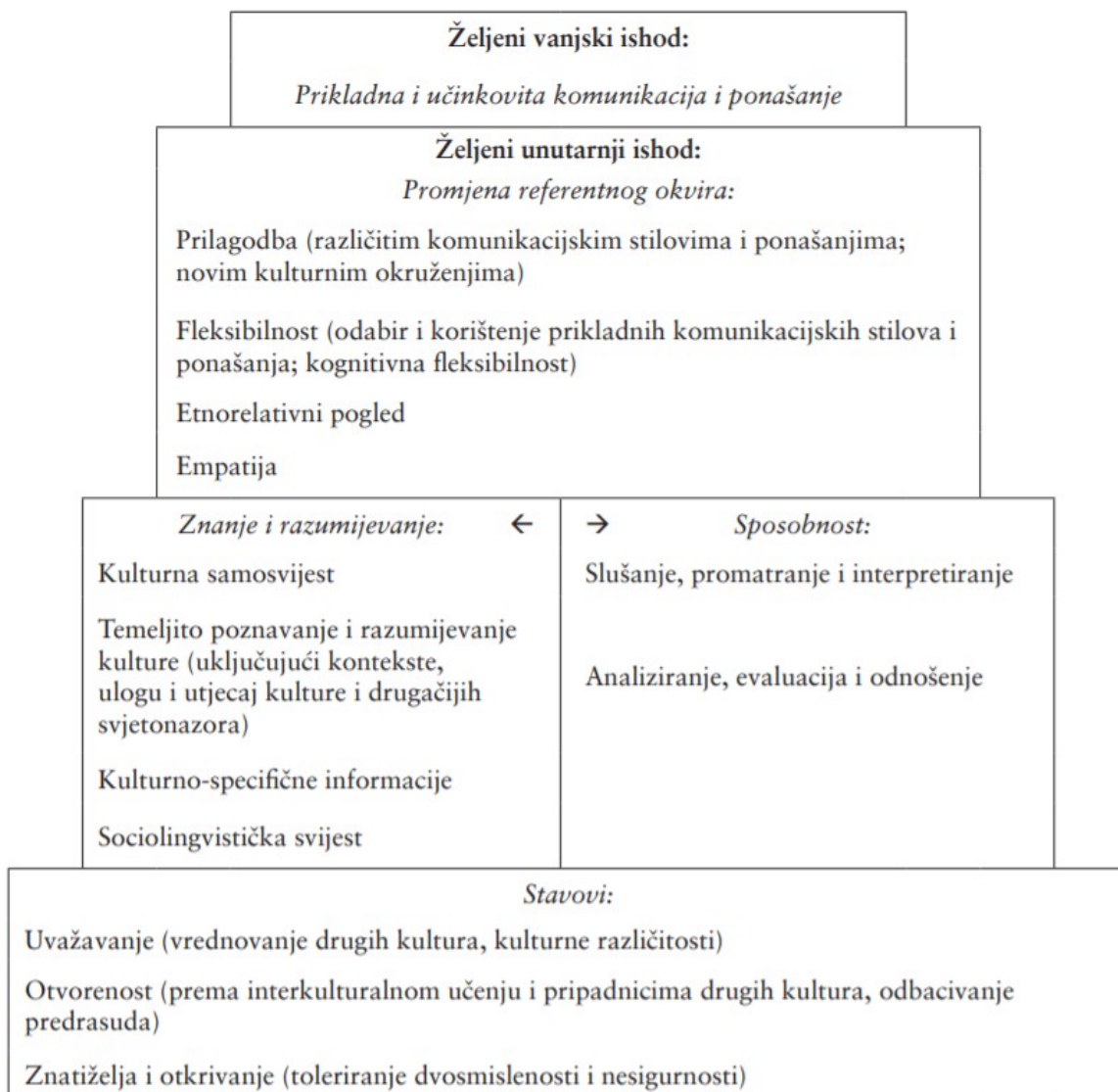
Kako bi pojedinac mogao doći do stanja interkulturalne kompetencije potrebno je da prvenstveno pokaže određene stavove na temelju kojih može prikupljati potrebna znanja, stvarati razumijevanje prema određenim situacijama ali i stjecati sposobnosti koje će mu stvoriti prednost u komunikaciji sa pripadnicima drugih kultura.

Interkulturalne kompetencije mogu se povezati direktno sa kontekstom koji je iznimno bitan kada se radi o određivanju navedenog pojma. Može se reći kako je interkulturalna kompetencija determinirana samim kontekstom pravo zato što interkulturalna kompetencija nije osobina pojedinca, odnosno individualna, već je karakteristika koja je nastala međusobnom interakcijom pojedinaca i skupina, druženjem ili pak situacijom.

Dakle, interkulturalna kompetencija je situacijski determinirana, jer kako će se dvije osobe različitog kulturnog podrijetla ponašati i raditi na nekom zajedničkom poslovnom projektu, ovisi o određenom kulturnom kontekstu. (Piršl, 2014).

Kako bi se što bolje razumio cijeli koncept interkulturalne kompetencije potrebno je poznavati modele koji se mogu pojaviti kada se radi o navedenom pojmu. Tako neki modeli govore kako su kompetencije ono što se mora steći procesom učenja te da se ne razvija spontano prilikom konverzacije sa pripadnicima raznih kultura. Razvoj interkulturalnih kompetencija potrebno je uključiti kurikulume odgojno . obrazovnih institucija, kako bi se djeca počela sa istim pojmom susretati u najranijoj dobi, jer je od iznimne važnosti posjedovati ovakve kompetencije posebice u današnjem dinamičnom okruženju.

Slika 4. Piramidalni model interkulturalne kompetencije



Izvor: Deardorff, 2004:196 prema Buterin i Jagić, 2014.

Piramidalni je model jedan od modela pomoću kojih se mogu steći interkulturalne kompetencije, naravno postoje i dugi modeli koji se navode u stručnoj literaturi. Tako Deardorf (2009. prema Piršl, 2014.) navodi da postoje 4 modela:

1. Komponentni model
2. Ko- orijentacijski model
3. Razvojni model
4. Adaptacijski model

Komponentni model naglasak stavlja na istraživanja i znanstvene podloge kao način stjecanja in terkulturalne kompetencije, dok ko- orijentacijski model naglasak stavlja na komunikaciju i interakciju sa pripadnicima različitih kultura kako bi se došlo do znanja i vještina potrebnih za stjecanje interkulturalne kompetencije. Razvojni model u centar stavlja vrijeme koje je potrebno za stjecanje interkulturalne kompetencije, on sam po sebi može imati nekoliko faza tijekom kojih se stječu razne kompetencije. Adaptacijski se model orijentira na prilagodbu osoba novoj kulturi i situaciji u kojoj se nalaze, te prihvatanju stavova, vještina i znanja pripadnika drugih kultura kako bi i sami mogli biti kompetentni u komunikaciji.

Interkulturalna kompetenija iznimno je važna ne samo u komunikaciji sa pripadnicima drugih kultura već i sa pripadnicima iste, pošto ljudski stavovi i razmišljanja mogu biti različiti pa i unutar iste kulture. Potrebno je posvetiti vrijeme sjecanju iste pa i od najranije dobi.

4. Kontekst i njegovo značenje

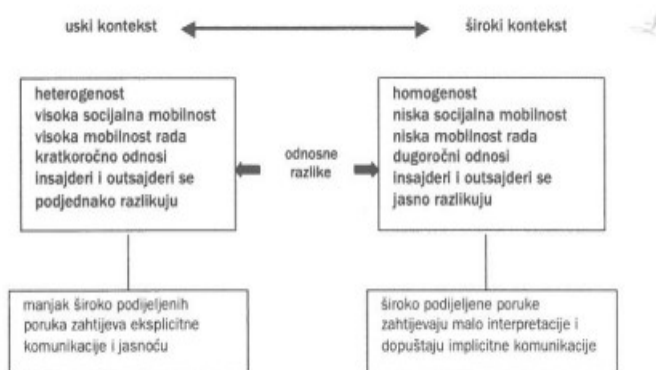
Kontekst se može objasniti na više načina. Bilo da govorimo o verbalnom kontekstu koji se odnosi na određeni tekst u kojem se nalazi određena riječ ispred i iza koje su smještene isto tako riječi. Moguće je govoriti i o situacijskom kontekstu koji se pak objašnjava nešto drukčije „ukupnost je prirodnih, društvenih i kulturnih uvjeta u koje se smješta izričaj, ili diskurs, a to su podatci o kulturnoj i psihološkoj situaciji koji su zajednički pošiljatelju i primatelju poruke, kao i podatci o iskustvima i znanjima podjednako obojice njih“ (Leksikografski zavod Miroslav Krleža, 2021.) Naime u ovom slučaju radi se o socijalnom kontekstu koji je iznimno važan u kulturi te u shvaćanju različitosti između kultura, te shvaćanja pripadnika pojedine kulture. Kako je očito da na svijetu postoje mnogobrojne kulture te su i razlike u njihovim kognitivnim procesima isto tako uočljive, a moguće ih je vidjeti i u samom procesu kontekstualizacije. Prema Samovar i drugi (2013.) kontekstualizacija je način na koji se stvara smisao povezujući fragmentarne slike svoje okoline kako bi se dobila šira mentalna slika.

Uspješnost komunikacije općenito svoje temelje pronalazi i u kontekstualnosti, pa se tako kulture mogu podijeliti na one visokog ili pak suprotno one niskog konteksta.

Elementi koji se spajaju kako bi tvorili određeno značenje su događaji i kontekst, upravo su njihove proporcije odnosno udjeli u kontekstu drukčiji ovisno o tome u smislu koje se kulture ogledaju. Ovo predstavlja osnovu za formiranje pristupa kontekstualnosti. Tako je Edward Hall u svojim istraživanjima došao do spoznaje kako se sve svjetske kulture mogu smjestiti na skali koju je sam definirao, a koja kontekst određuje kao visok ili nizak i u smislu kojeg se pojedine kulture mogu smjestiti na spomenutoj skali. Prilikom istraživanja kontekstualnosti mnogi znanstvenici stavljaju visoko kontekstualne kulture u vezu sa onim kolektivističkim kulturama, a nisko kontekstualne dovode u vezu sa individualističkim kulturama.

„Teoretičari komuniciranja identificirali su karakteristike obrasca ponašanja u heterogenim kulturama te ih identificirali kao društva uskog konteksta, za razliku od društva širokog konteksta karakterističnih po obrascima ponašanja u homogenim kulturama“ (Hall, 1987: 128-129 prema Buble, 2009: 287).

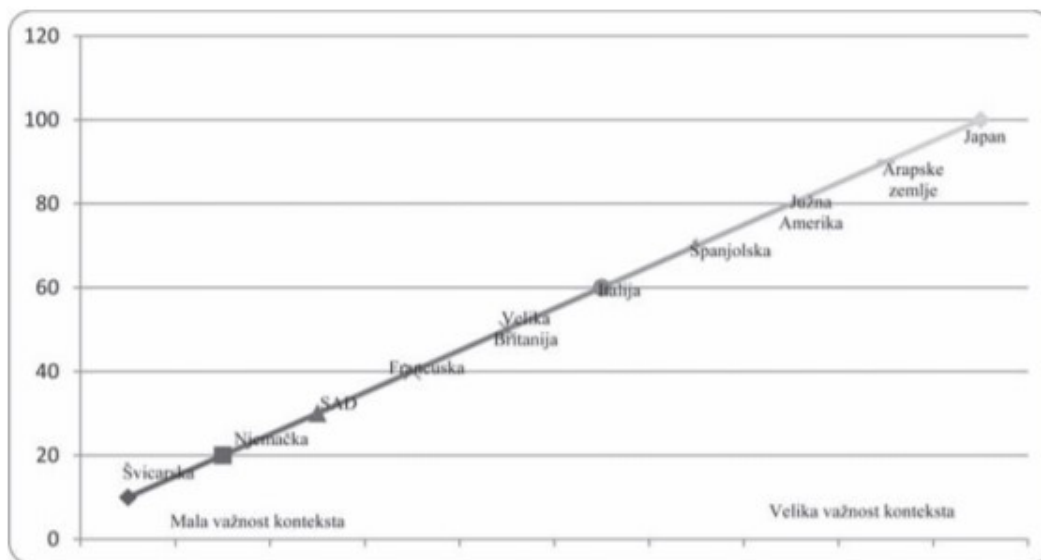
Slika 5. Karakteristike društva uskog i širokog konteksta



Izvor: Holt i Wigginton, 2002, prema Buble, 2009.

Što je potrebno više informacija za shvaćanje poruke koja se pokušava prenijeti to se može reći kako je veća kulturna kompleksnost, odnosno kontekst neke kulture. Iz tog je razloga bitno poznavati razinu kontekstualnosti u svakoj pojedinoj kulturi kako bi se komunikacija nesmetano odvijala između pripadnika različitih kultura.

Slika 6. Važnost konteksta u različitim kulturama



Izvor: Cateora i sur, 2002:136 prema Hercigonja, 2017.

Zapadne se kulture opisuju kao kulture niskog konteksta one koje su direktne, ne iziskuju mnogo informacija te komuniciraju verbalno. Veliku važnost kontekstu pak pridaju kulture istoka koje su orijentirane neverbalnim komunikacijskim načinima.

Slika 7. Individualističke i kolektivističke kulture

Individualističke	Kolektivističke
<i>Glavne karakteristike</i>	
Naglasak na individualnim ciljevima	Naglasak na grupnim ciljevima
Samoostvarenje	Uklapanje u grupu
Male razlike između komunikacije unutar grupe i izvan grupe	Velike razlike između komunikacije unutar grupe i izvan grupe
Nezavisno konstruisanje selfa	Međuzavisno konstruisanje selfa
„Ja“ identitet	„Mi“ identitet
Izgovorite ono što mislite	Izbegavanje sukoba unutar grupe
Komunikacija niskog nivoa konteksta: direktna, precizna i potpuna	Komunikacija visokog nivoa konteksta: indirektna, neprecizna i probabilistička
<i>Primeri kultura*</i>	
Australija	Brazil
Belgija	Kina
Kanada	Kolumbija
Danska	Egipat
Finska	Grčka
Francuska	Indija
Nemačka	Japan
Velika Britanija	Kenija
Irska	Koreja
Izrael	Meksiko
Italija	Nigerija
Holandija	Pakistan
Novi Zeland	Panama
Norveška	Peru
Južna Afrika	Saudijska Arabija
Švedska	Tajland
Švajcarska	Venecuela
Sjedinjene Američke Države	Vijetnam

Izvor: Gubyrkunst, Yun Kim, 1995. prema Tubbs, 2010.

Kao što je spomenuto kada se govori o kontekstu može se govoriti i u vidu individualističke i kolektivističke kulture. Tako je moguće vidjeti kako su neke karakteristike individualističke kulture iste kao ono kulture niskokontekstualne orijentacije, a pak one kolektivističke zajedničke su kulturama visokokontekstualne orijentacije.

4.1. Visoko kontekstualna orijentacija

Pripadnici kultura koji imaju široku informacijsku podlogu među članovima svoje obitelji, između prijatelja, kolega pa čak i poslovnih partnera i klijenata te koji imaju mnoštvo bliskih, osobnih kontakata mogu se okarakterizirati kao pripadnici visoko kontekstualnih

kultura i orijentacije. Specifično je da kod pojedinaca u visoko kontekstualnim kulturama nije potrebno pri svakom susretu dijeliti brojne informacije baš iz tog razloga što su oni dobro informirani i u toku sa svim važnim informacijama koje cirkuliraju u velikom broju u njihovom neposrednom okruženju. Kako navodi Tubbs (2013.) pripadnici kultura visokog nivoa konteksta mogu bolje razumjeti neverbalno ponašanje i oni pretpostavljaju da to mogu, znaju i svi ostali ljudi. Stoga oni govore manje, a slušaju više nego pripadnici kultura niskog nivoa kontekstualnosti. Kada se govori o niskom kontekstu može se u isto vrijeme govoriti i o kolektivizmu pošto su karakteristike i jednog i drugog načina ponašanja gotovo iste, te se mogu poistovjetiti.

Karakteristike kolektivističkih kultura koje se mogu poistovjetiti kao karakteristike visoko kontekstualne orijentacije prema Tubbs (2013.) su:

- Naglasak na grupnim ciljevima
- Uklapanje u grupu
- Velike razlike između komunikacije unutar i izvan grupe
- Međuzavisno konstruiranje selfa „Mi“ identitet
- Izbjegavanje sukoba unutar grupe
- Indirektna
- Neprecizna
- Probabilistička

Uzevši u obzir činjenicu kako pripadnici kulture visokog konteksta trebaju nešto više podataka kako bi shvatili neku poruku, informaciju je potrebno više puta ponoviti kako bi poruka bila u potpunosti shvaćena. Može se reći kako se one većim djelom oslanjaju na neverbalnu komunikaciju. U tu neverbalnu komunikaciju ubrajaju se primjerice izrazi lica, stav, govor tijela, gestikuliranje i slično. Kao još jedan način poboljšanog prenošenja poruke je primjerice oslovljavanje titulama prilikom nekih poslovnih sastanaka gdje je kontekstualnost pojedine kulture veoma izražena i bitna.

O kontekstualnosti kultura govori se posebno u poslovnom smislu, odnosno u smislu poslovnih pregovora, što je bitno spomenuti za samo shvaćanje koncepta. Pregovaranje u kulturama visokog konteksta iznimno je iscrpan i dugotrajan proces koji zahtjeva dobro poznavanje poslovnog partnera sa kojim se ulazi u pregovore. Prema Hercigonja (2017.) „Pregovarač u takvoj situaciji bez dodatne pripreme i razumijevanja skrivene poruke ne bi

bio u stanju voditi poslovne pregovore. Kako komunikacija ne bi bila sušta, neodređena, pregovaračke strane moraju biti vrlo inteligentne i dovitljive u izdavanju poslovnih ustupaka“.

U kulturama visokog konteksta sama srž, odnosno unutarnje značenje utkano je u samu informaciju, što zapravo znači kako je vrlo teško saznati sve potrebno iz onog što je zapisano ili pak izgovoreno. Pripadnici kultura visokog konteksta od slušaoca očekuju da ima sposobnost „čitanja između redova“, odnosno da zna izvući nešto iz konteksta, te da razumije ono ne izrečeno na temelju unaprijed prikupljenih informacija. Potrebno je naglasiti kako komunikacija u visoko kontekstualnim kulturama je ona gdje se većina informacija nalazi u fizičkom kontekstu, internalizirano u osobi, a vrlo je malo informacija eksplicitno izraženo ili se nalazi u prenesenom djelu poruke.

Važno je također navesti kako prilikom komunikacije u visoko kontekstualnim kulturama govornici imaju tendenciju govoriti neposredno jedan nakon drugog, odnosno komunikacija je u ovom slučaju linearna što isto tako znači kako lanac komunikacije ni u jednom trenutku nije prekinut.

4.2.Nisko kontekstualna orijentacija

Niska kontekstualnost jedna je od krajnosti Hallove teorije konteksta. U nisko kontekstualnim kulturama razumijevanje informacija koje cirkuliraju nešto je niže nego što to biva slučaj u visoko kontekstualnim kulturama. Ovdje se radi upravo o toj količini informacija koje cirkuliraju između pojedinaca u nekom društvu, od kojih pojedinci malu količinu prihvate i ispoljevaju na van što je ustvari i glavna karakteristika nisko kontekstualne orijentacije. Upravo je taj nedostatak odnosno odsutnost neformalne informacijske mreže glavno obilježje ove orijentacije u smislu konteksta.

Može se reći kako su nisko kontekstualne kulture heterogene, što u suštini znači da se komunikacija između pojedinaca javlja unutar strogo utvrđenih granica unutar kulture, kao i sama komunikacija.

Upravo suprotno od visoko kontekstualne orijentacije pripadnici nisko kontekstualnih kultura prilikom komunikacije i interakcije trebaju dodatne informacije i objašnjenja

upravo zbog njihova ograničenog pristupa informacijama. Pripadnici ovih kultura ne zahtijevaju dodatna pojašnjenja informacija, oni su u suštini direktni, navikli su na manji broj informacija, te u komunikaciji ne ispolijevaju veliki trud.

Prema Tubbs (2013.) pripadnici kultura niskog nivoa konteksta teže direktnoj i eksplicitnoj komunikaciji. Oni stavljaju naglasak na verbalne poruke i informacije koje se njima dijele.

Kao što je navedeno u poglavlju ranije nisko kontekstualna orijentacija može se poistovjetiti i usporediti sa individualističkim pristupom, pa je tako Tubbs (2013.) naveo neke od karakteristika koje bi mogle opisati oba pristupa:

- Naglasak na individualnim ciljevima
- Samoostvarenje
- Male razlike između komunikacije unutar grupe i izvan grupe
- Nezavisno konstruiranje selfa „Ja“ identitet
- Izgovorite ono što mislite
- Direkta
- Precizna
- Potpuna

Specifično za ovu orijentaciju je postojanje velikog broja kontakata ali onih koji su kraće prirode, primjerice iz nekog specifičnog razloga, da bi se primjerice došlo do određenih saznanja koja su bitna osobi koja stupa u kontakt i komunikaciju. Ovakva su društva više okarakterizirana stvaranjem međusobnih internih kontakata, sa smanjenim stvaranjem interkulturalnih kontakata sa pripadnicima drugih kultura. Za društva niske kontekstualne orijentacije može se reći kako su ona homogena. Upravo su kulture niskog konteksta one koje su može se reći komunikativno jednostavnije, bez sakrivenog značenja, gdje nije potrebno „između redova“ čitati značenje poruke, već je ono direktno izneseno u danoj informaciji. Prilikom komunikacije u kulturama niskog konteksta naglasak se stavlja na riječi za prenošenje poruke, informacije, što znači kako je upravo verbalna komunikacija osnova bilo kakve komunikacije u kulturama niskog konteksta.

5. Usporedba visoko kontekstualnih i nisko kontekstualnih kultura

Upravo su razlike između kultura ono što svaku kulturu čini posebnom i jedinstvenom, pa tako i kontekst igra veliku ulogu u komuniciranju u kulturama i osnova je za prepoznavanje razlika između pojedinih kultura. Način komuniciranja u svakoj je pojedinoj kulturi jedinstven ali se nalazi u rasponu od visoko do nisko kontekstualnog kao što je navedeno u prvom dijelu ovog diplomskog rada. Kako bi se kulture međusobno još bolje razumjele i razmjenjivale informacije međusobno moguće je napraviti usporedbu u komunikaciji kod pripadnika visoko kontekstualnih i nisko kontekstualnih kultura.

Prema Hall (1976.) kada se govori o niskom i visokom kontekstu te njihovoj usporedbi, može se govoriti o zakonskim okvirima. Kao primjer govori o zakonu u kojem se mogu očitovati osnovne karakteristike oba pristupa kontekstu. Naime na primjeru sudstva i zakonodavstva u Americi moguće je reći kako se radi o standardnoj kulturi niskog konteksta. Jedan od nedostatak kultura niskog konteksta upravo u tako složenim sustavima je velika mogućnost manipulacije. Kako objašnjava na primjeru zakonodavstva je vidljivo da moćni pojedinci utječući konstantno na predsjedavajuće u sklopu mnogih sudova, grade vlastiti zakon, iznimno povoljan za postizanje njihovih osobnih ciljeva. U kulturama niskog konteksta ne postoji prostor za jednake standarde, ovakvi sustav preferiraju one koji mogu na svoju stranu pridobiti najbolje, najvještije odvjetnike. Naravno, kako bi ovakvi sustava uopće mogli funkcionirati, vrlo je bitno da porotnici budu pametni, kvalificirani pojedinci koji će u sustav unijeti kontekst kojim će otkriti što se uistinu dogodilo, osim da samo prihvate rečeno od strane manipuliranih odvjetnika i sudaca. Kako bi se uvidjele razlike, potrebno je spomenuti kako u kulturama visokog konteksta ne postoji potreba za manipuliranjem niti takvi sustavi odobravaju svjesno i sustavno manipuliranje.

Kontrastno, Francuska pak ima sasvim drukčiji pristup suđenju i zakonodavstvu općenito. Francuski sudovi koji se bave ljudskim pravima, odnosno problemima, za razliku od Američkih žele ispitati sve što se nalazi iza površinske priče osuđenika. Drugim riječima Francusko zakonodavstvo može se okarakterizirati kao više kontekstualno za razliku od Američkog. Paradokсно, Francusko zakonodavstvo sve odluke stavlja u ruke sudca što je

u skladu sa ostalim visoko centraliziranim aspektima francuske kulture, ali isto tako to uklanja dodatan kontekst koji narušava samu kontekstnu ravnotežu. Sjedinjene Američke Države tako mogu imati nisko kontekstualan zakon, ali njihova porota to svakako nije.

Hall (1976.) iznosi kako cilj nije procijeniti kako je jedna kultura (kontekstualnost) bolja od druge, već je bitno uočiti kako su one iznimno različite u svom djelovanju, i kako su navedeni sustavi reprezentativni kako u kulturi tako i u svemu ostalom.

Bez obzira na Francuski pravni sustav, razlike je moguće uočiti i u poslovnoj praksi te poslovnim običajima. U Francuskoj kao nepisano pravilo nametnuta je činjenica kako su njihovi poslovni ljudi bliži sa svojim radnicima, poslovnim partnerima ali i klijentima, dok u Američkoj kulturi to nije slučaj te im je takvo ponašanje u najmanju ruku teško prihvatiti. Unatoč današnjem tempu života Francuzi i dalje imaju potrebu upoznati svoje klijente, te smatraju kako im ne mogu pružiti adekvatnu uslugu ukoliko ih ne poznaju, a nakon što ih upoznaju, njihovi klijenti mogu očekivati poslovnu vezu koja će trajati generacijama. Kao antiteza Francuskom načinu poslovanja navodi se Američki princip prodaje „visokog pritiska“. Rezultat je naravno, očit, ukoliko je tržište u Francuskoj ustaljeno, te Amerikanci pokušaju ući na isto naići će na više otpora nego što su navikli, upravo zbog navedenih razlika.

Prema Hall (1976.) Francuska kultura uvijek je bila neshvatljiva ostatku Europe, pa tako i svijeta. Odgovor možda leži u činjenici kako je Francuska kultura mješavina subjekata, institucija i situacija koje se mogu okarakterizirati kao nisko i visoko kontekstualne, te je strancima teško točno identificirati kada će se koji kontekst pojaviti i u kojoj proporciji, te u kojem redoslijedu. Dvije kulture koje su vrijedne spomena, ali i usporedbe su Američka i Japanska, koja je Amerikancima izrazito ne shvatljiva. Naime Japanski jezik, običaji, način oblačenja uvijek su bili intrigantni i interesantni pripadnicima zapadnih kultura. Ove dvije kulture idealne su za usporedbu pošto se jedna može karakterizirati kao visoko kontekstna, a druga kao nisko kontekstna. Ukoliko se govori o pravnim sustavima u obje kulture, razlike su prilično očite. Naime suđenje u Japanu ima sasvim drugu svrhu od onog u Americi. Upravo zbog inkluzivnosti sustava koji je visoko kontekstualan, uklanja se sukob između protagonista i antagonista, što je ujedno i karakteristika sudstva u Americi. U sustavima visokog konteksta kao što je to ovdje slučaj puno se više činjenica uzima u obzir što zapravo dovodi do stavljanja optuženih, pravnog sustava, javnosti i svih uključenih na istu stranu, te oni tako mogu u sinergiji raditi na rješavanju problema. Svrha

samog suđenja je pružiti kontekst samom zločinačkom činu te ga prezentirati na sudu tako da se optuženiku daje prilika da vidi koje su posljedice njegovih ne djela te mu dati priliku da javno prizna svoje zločine i pokaje se za takvo djelovanje (Hall, 1796.)

Danom usporednom vidljive su ključne razlike koje se očituju u kulturama različitog konteksta. Vrlo je važno prepoznati kako se neka kultura svrstava u visok ili nizak kontekst, ali kako uistinu niti jedna kultura nije samo visoko, nisko kontekstualna već je skup sustava i situacija od kojih je svaka drukčijeg konteksta ali dobro funkcioniraju kao integrirana cjelina.

5.1. Komunikacija u visoko kontekstualnim kulturama

Komunikacija u kulturama visokog konteksta prvenstveno je usmjerena na stvaranje društvenih veza između pripadnika društvenih zajednica, u ovakvim kulturama stvaranje i održavanje veza najvažniji je aspekt. Smisao kultura visokog konteksta očituje se u želji povezivanja sa ostalim kulturama koje imaju razvijen osjećaj za tradiciju, običaje i povijest.

Kao što je izneseno u prethodnim poglavljima kulture visokog konteksta specifične su upravo iz razloga što većinu svoje komunikacije osnivaju na neverbalnoj komunikaciji. Geste, držanje, sam govor tijela, izrazi lica iznimno su bitan dio komunikacije, koja je često neodređena i posredna te u kojoj veliki dio informacija nije izrečen, već se on očituje u samoj osobi koja govori ali i u neverbalnoj komunikaciji.

Kao što komunikacija nikada ne može biti samo ona verbalna, te je to u kulturama visokog konteksta dodatno naglašeno važno je još prilikom komunikacije obratiti pozornost na društveni status osobe sa kojom se ulazi u komunikaciju, spol ali i dob te osobe kako bi kontekst razgovora još više došao do izražaja. Velika se važnost pridaje činjenici na koji je način neka poruka prenesena, što zapravo sadržaj same poruke stavlja u drugi plan, te još više ističe važnost neverbalne komunikacije pri prenošenju poruke.

Kao primjer uzeti će se jednostavna riječ kao što je „Da“. Naime jednostavno „Da“ u kulturama visokog konteksta može se shvatiti upravo onako kako je rečeno, kao potvrdna riječ, a može se shvatiti i na mnoge druge načine, pa čak i kao „Ne“ ovisno o kontekstu u

kojem je izrečeno. Tako je primjerice u ovim kulturama ustaljeno shvaćanje kako se riječ „Ne“ ne bi trebala koristiti, odnosno u komunikaciji bi se trebala izbjegavati. Izbjegavanje korištenja ove riječi prilikom komunikacije omogućiti će očuvanje društvene harmonije ili moglo bi se reći dobar obraz govornika, koji nikada ne govori „Ne“. Prema Nam (2015.) ukoliko se u ovim kulturama želi reći „ne“ to se može učiniti izrazima isprike ili pak indirektnim signalima, opetovano se oslanjajući na kontekst, kao primjer navodi sljedeće:

„Biti će teško“ (znači ne)

„Javiti ćemo Vam se povratno“

„Dopustite mi da razmislim o tome“

U istu svrhu može se koristiti i tišina, koja će ukoliko se kontekst dobro pročita, poslati istu poruku.

Oblici komunikacije su mnogobrojni pa je tako potrebno spomenuti i pisani oblik komunikacije. Naime u kulturama visokog konteksta stil pisanja je kružni, što znači da se sama srž nekog paragrafa ili pak uvodna rečenica nalaze na samom kraju istog tog paragrafa.

Prilikom komunikacije svakako je moguće i vrlo vjerojatno da će se u nekom trenutku ista pretvoriti u konflikt. Ukoliko u kulturama visokog konteksta dođe do konflikta sudionici se najčešće oslanjaju na treću stranu da riješi nastali konflikt, što zapravo iziskuje više vremena koje će biti potrebno kako bi taj konflikt pronašao rješenje.

Imajući na umu sve navedeno, iznimno je važno u komunikaciji znati pročitati „između redova“ i ne shvatiti uvijek doslovno ono što govornik pokušava prenijeti, jer se iza riječi nalazi puno dublji kontekst.

5.2. Komunikacija u nisko kontekstualnim kulturama

Nisko kontekstualne kulture svoju komunikaciju zasnivaju na verbalnom načinu komuniciranja. Većina se informacija prenosi verbalnim putem, bilo da se radi o izgovorenoj riječi, pisanoj riječi, memoarima, legalnim dokumentima i sl., a manje se oslanja na sam kontekst.

Tako se može reći kako je pristup komunikaciji direktan, ono što je izgovoreno, treba se tako i interpretirati, bez pokušaja da se dodatno pojašni kontekstom, kojeg u ovom slučaju nema mnogo. Kako navodi Nam (2015.) direktna poruka može biti sljedeća:

„Prijeđi na stvar“

„Mislim ono što kažem, kažem ono što mislim“

Upravo suprotno od visokog konteksta u ovim se kulturama pridaje samom sadržaju informacije koja se prenosi, način na koji se nešto prenosi, samim tim pada u drugi plan, postaje sekundarno. U kulturama visokog konteksta čak se i riječi kao „ne“ mogu drukčije interpretirati, dok u kulturama niskog konteksta to ipak nije slučaj. U ovim kulturama „ne“ znači „ne“, te „da“ znači „da“, iza tih riječi ne krije se nikakav skriveni kontekst. Može se reći kako je u ovim kulturama prihvatljivo, pa čak i poželjno reći ne.

Kao još jedan oblik verbalnog komuniciranja treba se spomenuti i važnost pisane riječi. Stil pisanja kod ovih kultura je linearan. Kao što je moguće kulture okarakterizirati kao direktne, tako je i sam stil pisanja direktan. Uvodna rečenica i sama poruka koja se pokušava prenijeti nalazi se na početku odlomka.

Orijentacija pripadnika kultura niskog konteksta leži na izvršenju zadatka. Njihov primarni motiv, zbog kojeg stupaju u interakciju, komunikaciju nalazi se u potrebi dobivanja relevantnih informacija koje su ključne pri rješavanju nekog problema ili pak neophodne za izvršenje zadatka. Drugim riječima pripadnici ovih kultura u komunikaciju uvijek stupaju iz nekog određenog razloga. Ukoliko razlog za komuniciranje izostane, njihova je komunikacija vrlo kratka, štura i direktna. Iako bi se moglo pomisliti kako upravo zbog te direktnosti ne dolazi do konflikata, oni se događaju i u ovakvim slučajevima. Naime kada se pojavi konflikt između sugovornika, oni su spremi konflikt riješiti međusobno, bez potrebe za trećom osobom, što ovaj proces pojednostavljuje ali i dodatno ubrzava.

5.3. Internalizacija u visoko kontekstualnim i nisko kontekstualnim kulturama

Socijalne norme, načini ponašanja, standardi ponašanja koji se poštuju pa i doživljaji različiti su u svakoj pojedinoj kulturi, a sa obzirom na kontekst te su razlike još više

vidljive, te dolaze znatno do izražaja. Način na koji pripadnici pojedinih kultura internaliziraju informacije u velikoj većini ovisi o kontekstualnosti i izravnosti same kulture.

Neverbalni znakovi

Neverbalni znakovi u svakoj se kulturi mogu interpretirati na drukčiji način. Primjerice neke kulture kao što su Bugari ili pak Indijci kimanje glavom shvatiti će kao negacijsku radnju, odnosno značenje pokreta isto je kao i riječ „ne“ , dok se isti taj pokret u Njemačkoj ili pak Američkoj kulturi može i shvaćati kao znak odobravanja odnosno posjeduje isto značenje kao i riječ „da“. Ovo je samo jedan od primjera kako se neverbalna komunikacija može shvatiti na razne načine. Potrebno je svakako spomenuti i razliku u poimanju neverbalne komunikacije sa stajališta konteksta. Kontekst, ovisno o tome dali je visok ili nizak, predstavlja podlogu za korištenje i shvaćanje neverbalne komunikacije. Naime kulture visokog konteksta često se oslanjaju na neverbalne znakove dok u kulturama niskog konteksta to nije slučaj.

Prema Tubbs (2013.) pripadnici visokokontekstualnih kultura češće dodiruju jedni druge, sjede ili stoje bliže jedni drugima, imaju više kontakata očima i govore glasnije. Stoga primjerice kulture kao što su Američka, Španjolska, Italija i slično, dodir doživljavaju kao osnovni dio svoje kulture. Smatraju kako je pristojno i prihvatljivo prilikom upoznavanja nekog poljubiti u obraz, zagrliti ili načiniti bilo kakav drugi dodir. Arapi dodir doživljavaju i smatraju kao dio svog komuniciranja, potrebno je spomenuti neke specifičnosti kao što je činjenica kako u Arapskoj kulturi, oni Arapi koji su muslimanske vjeroispovijesti zbog vjerskih ali i društvenih tradicija, običaja jedu i rade ostale stvari desnom rukom te se ne pozdravljaju lijevom rukom što se smatra uvrjedom u njihovom društvu. Kulture visokog konteksta sklonije su dodiru pri upoznavanju ili pri susretanju sa prijateljima tako će se primjerice u istočnoj Europi, Španjolskoj, Grčkoj, Italiji, Portugalu, Izraelu i Arapskim zemljama ljudi poljubiti prilikom susreta sa prijateljima (Samovar i drugi, 2013.)

Prema Tubbs (2013.) pripadnici niskokontekstualnih kultura rjeđe se dodiruju, održavaju veću interpersonalnu distancu i manje su direktni u neposrednom kontaktu te kontaktu očima, koriste niži, mekši ton glasa. Ovakve kulture više cijene verbalnu komunikaciju od one neverbalne, te se njihovi neverbalni znakovi znatno razlikuju i različito interpretiraju

u odnosu na kulture suprotnog konteksta. Primjerice Kineska je kultura karakterizirana kao nisko kontekstualna te se u njoj kod muškaraca i žena vrlo rijetko pokazuje emocionalna privrženost na javnom mjestu. Naime u Japanu bi situacija bila identična, gdje je neobično kolegu potapšati po ramenu.

Veoma je bitno obratiti pozornost na rukovanje prilikom upoznavanja, što također govori mnogo o kontekstualnosti kulture. Naime pripadnici u kulturama niskog konteksta rukovati će se veoma službeno uz jak stisak ruke, dok će pripadnici suprotne kontekstualnosti također prijatelju ili poslovnom partneru stisnuti ruku, ali će uz to u pozdrav ubaciti i neki drugi oblik dodira, kao što je poljubac ili pak zagrljaj.

Neverbalni se kontakt, komunikacija ne odnosi samo na dodir već i na geste, izraze lica, sam govor tijela. Tako je moguće sa aspekta ne verbalne komunikacije govoriti i o osmijehu, osmijeh u većini kultura ima pozitivno značenje, prikaz je ljubaznosti, prijateljstva ali pokazuje i dali se osobi može vjerovati. Kada se govori o važnosti osmijeha u komuniciranju, ono ima znatnu važnost, pošto je iz osmjeha moguće pročitati mnogo o drugoj osobi, logično je zaključiti kako visoko kontekstualne kulture cijene ovakav oblik neverbalne komunikacije. Moguće je isto vidjeti na primjeru Sjedinjenih Američkih država koje imaju visok kontekst te osmijeh smatraju prijateljskom gestom. Osmijeh se može drukčije interpretirati i u kulturama niskog konteksta isti se ne koristi olako, što znači da se primjerice osoba koja se smiješi na nekim poslovnim sastancima ponaša krajnje neodgovorna. Kako kaže Kineska poslovice „ Čovjek koji se puno smiješi, nije pravi čovjek“ (The cross – cultural meanings of a smile, 2007.). Uz osmijeh ono što također pomaže shvatiti što to osoba pokušava prenijeti je i kontakt očima koji se također različito interpretira, ovisno o kontekstu. Niski kontekst ne preferira direktan kontakt očima, tako će primjerice govornici u Japanskoj ili Kineskoj kulturi tijekom razgovora gledaju pretežito u neki drugi dio tijela svog sugovornika. Dok je u visoko kontekstualnoj kulturi kao što je Arapska direktan kontakt, poželjan, a ukoliko ga nema to će se smatrati uvrjedom.

Izravnost i neizravnost

Pojedine kulture cijene izravnost, direktnost prilikom govora, dok je drugima ono prešućeno, ne izračeno ipak bliže. Ovdje se svakako radi o kontekstualizaciji, ovisno koliko je kultura kontekstualna, na taj će način koristiti riječi da bi nešto izrazila direktno

ili pak indirektno. Kada se govori o kontekstualizaciji moguće je navesti nekoliko primjera u kojima je objašnjeno kako to kulture komuniciraju, izravno ili neizravno. Primjerice u Američkoj kulturi izravnost je jedna od glavnih karakteristika, dok je suzdržanost rijetka. Američka kultura okarakterizirana je kao kultura niskog konteksta gdje se direktnost cijeni i uvažava kao način komuniciranja. Istočnjačkim kulturama kao što su Kineska, Japanska ovakvo je ponašanje neprihvatljivo. Kako navodi Samovar i drugi (2013.) istočnjačke kulture taj Američki izravni i otvoreni stil doživljavaju kao nepristojnost i odraz nepoštovanja prema drugima koji dovodi do neugodnosti i povrijeđenih osjećaja. U tim kulturama rabe se neizravni jezični stilovi kako bi se na taj način sačuvalo dostojanstvo, osjećaji i obraz drugih ljudi. Manji broj riječi koji se koristi prilikom prenošenja informacija još je jedna od posebnosti visokog konteksta, gdje sugovornici više uživaju u onom što nije izgovoreno. Velika se razlika očituje u komuniciranju u slučaju konflikata gdje izravnost i neizravnost najbolje dolaze do izražaja. Kada se konflikt razvije primjerice u Američkoj kulturi gdje je kontekst nizak, osobe koje su u konfliktu težiti će postizanju „neposrednog učinka“, nekog će uvrijediti i time postići svoj cilj. Dok je pristup konfliktu u prisustvu visokog konteksta monumentalno drukčiji, gdje će strane koje su u konfliktu biti skloniji „korozivnom učinku“ koji je dugotrajan i odgođen, te će vas pripadnici tog visokog konteksta uvrijediti ali tako da druga strana ne primijeti isto.

Održavanje društvenih odnosa

Način održavanja društvenih kontakata može puno reći o kulturi. Nekim kulturama društveni odnosi su esencija samog postojanja, dok druge svoje društvene odnose održavaju samo iz nekog određenog razloga ili iz neke može se slobodno reći koristi. U kulturama visokog konteksta kao što je primjerice Japan vidljivo je već iz same jezične strukture, načina razgovora kako su pripadnici iste orijentirani na međuljudske odnose i održavanje društvenih odnosa. Dok su nisko kontekstualne kulture, zapadne kulture u čijem je jeziku i razgovoru vidljivo orijentirane na predmete, ono što same riječi predstavljaju ali i na logičke veze među riječima, ne pridajući veliku važnost održavanju društvenih odnosa. Koliko su važni društveni odnosi, održavanje istih ali i prepoznavanje razlika u društvenim klasama u visoko kontekstualnim kulturama prikazuje i sljedeći primjeri naveden od strane Samovar i drugi (2013.) „Kada se Japanac obraća nekome tko je na nižem društvenom položaju, mora govoriti na točno određen način. Kada se osoba

obraća nekome višeg društvenog statusa, rabiće drugi prikladan jezik, iako je sadržaj poruke isti“.

Percepcija vremena

Percepcija vremena, raspored i upotrebljavanje vremena svoj izvor pronalazi u kulturi, te stoga njegova upotreba ovisi i o kontekstu u kulturi. Primjerice Amerikanci kao pripadnici niskog konteksta smatraju kako je vrijeme ograničeno i postoji samo određen broj stvari koje čovjek za vrijeme svog života može i stigne napraviti. Takvo razmišljanje nametnulo je cijeloj kulturi način života u pokretu, gdje nije lako držati ritam, potrebno je i naglasiti kako je Američka kultura upravo ona koja potiče što više rada, što veći uspjeh, bez obzira na cijenu i vrijeme koje je potrebno da se isto ostvari. Pošto je vrijeme toliko dragocjeno, kada se isto promatra sa poslovnog aspekta, ukoliko poslujete sa Amerikancima, morate iznimno paziti na poštovanje vremenskih okvira, kašnjenje od 5 minuta će se tolerirati, dok će se ono od 15 minuta ili 30 minuta shvatiti kao izraz velikog nepoštovanja, posebice nepoštovanja tuđeg vremena. Koliko su kulture individualne vidljivo je i iz činjenice kako bi se takvo ponašanje u Južnoj Americi interpretiralo kao znak poštovanja. Ova iskustva pokazuju kako je poimanje vremena, odnosno reakcija na točnost ukorijenjena u samom iskustvu neke kulture. Kulture niskog konteksta kao što je vidljivo iz primjera kašnjenje ne preferiraju, smatraju ga nepoštovanjem i u takvim kulturama nužno je izbjegavati isto. Dok je u kulturama visokog konteksta situacija suprotna, gdje se kašnjenje doživljava kao izraz poštovanja, ali i očekuje se od osobe da kasni, upravo kako bi pokazala poštovanje prema osobi sa kojom se nalazi. Moglo bi se reći kako kulture visokog konteksta doživljavaju vrijeme kao resurs koji je bezgraničan. Kako navodi Samovar i drugi (2013.) „diljem arapskog svijeta (visok kontekst) odnos prema vremenu i rokovima je nonšalantan: ritam života je opušteniji nego što je to na Zapadu. Društvena događanja i sastanci obično nemaju točno utvrđeno vrijeme početka ili kraja“. Kultura i vrijeme može se promatrati i sa obzirom na orijentaciju u vremenu, pa je tako moguće govoriti o orijentiranosti prošlosti, sadašnjosti ili budućnosti. Može se reći kako kada se gleda na kontekst kulture visokog konteksta više su orijentirane na prošlost pa čak i sadašnjost, dok su one nižeg konteksta više orijentirane na budućnost i iskorištavanje dragocjenog im vremena na ulaganje u budućnost.

Edward T. Hall, američki antropolog, ponudio je još jednu klasifikaciju vremena kao oblika komunikacije, koja kulture raspoređuje ovisno o tome dali su monokronične ili su

pak polikronične. Prema monokroničnom poimanju vremena ono je linearno i segmentirano što znači da se doživljava kao ograničen resurs koji treba podijeliti i nadzirati, nastoji se u jednom trenutku raditi samo jednu stvar. U ovakve kulture može se ubrojiti veliki broj nisko kontekstualnih kultura kao što su primjerice Amerikanci, Nijemci, Austrijanci, Švicarci i drugi. Potpuno je drukčije poimanje vremena pripadnika polikroničnih kultura, u čijem se središtu nalaze ljudi i međuljudski, društveni odnosi. Za njih vrijeme je neopipljivo, pa samim time osjećaji koji su povezani sa gubitkom vremena nisu izraženi kao kod monokroničnih kultura. Naglašeno je i kako je u vremenu moguće obavljati više radnji istovremeno i biti u interakciji sa većim brojem ljudi. Može se reći kako su polikronične one kulture koje posjeduju visok kontekst kao što su primjerice arapske zemlje, azijske zemlje ali južnoameričke kulture.

Tablica 1. Usporedba monokroničnih i polikroničnih kultura

Ljudi u monokroničnom vremenu	Ljudi u polikroničnom vremenu
Rade jednu po jednu stvar	Rade mnogo toga odjednom
Usredotočeni su na posao	Lako ih je ometi i prekinuti
Ozbiljno shvaćaju vremenske obveze (rokove, rasporede)	Vremenske obveze smatraju ciljem koji treba postići ako je moguće
Niskokontekstualni su i trebaju informacije	Visokokontekstualni su i već imaju informacije
Predani su poslu	Predani su ljudima i međuljudskim odnosima
Poštuju planove	Često i lako mijenjaju planove
Brinu se da ne ometaju druge, poštuju pravila privatnosti	Više se brinu o ljudima koji su im bliski (obitelji, prijateljima, bliskim suradnicima) nego o privatnosti
Imaju veliko poštovanje prema privatnom vlasništvu, rijetko posuđuju od drugih ili drugima	Česti i lako posuđuju od drugih i drugima
Naglašavaju brzinu	Temelje brzinu na odnosu
Navikli su na kratkoročne obveze	Snažno teže izgradnji cjeloživotnih odnosa

Izvor: Hall, Reed Hall (1990.) prema Samovar i drugi (2013.)

Prostor i udaljenost

Prostor ali i udaljenost važni su u međusobnoj interakciji možda čak i jednako kao riječi koje se prenose. Jedan dio percepcije informacija i situacije u kojoj se osoba nalazi ovisi o tome na kojoj je udaljenosti govornik, dali je ta udaljenost primjerena i prihvatljiva, ili pak ne.

Svaka osoba poštuje svoj osobni prostor koji kada se ugrozi može dovesti do konflikata. Kako bi se lakše moglo pozicionirati u prostoru i paziti na udaljenost Američki antropolog Edward T. Hall ponudio je klasifikaciju načina na koji se rabi osobni prostor, pa je tako prostor razvrstao u intimni prostor, ležerni-osobni prostora, društveni i javni prostor.

Intimni je prostor namijenjen za osobne kontakte sa vrlo bliskim osobama, to bi bila udaljenost na kojoj se druga osoba može dotaknuti. Ležerni prostor ili onaj osobni je ona udaljenost na kojoj je izravni kontakt sa drugom osobom minimalan, ili je vrlo mala šansa da dođe do istog. Društveni je prostor onaj u kojem se odvijaju poslovni pregovori i dogovori, odnosno udaljenost koja se najčešće pojavljuje prilikom poslovnih susreta. Posljednja je javna udaljenost koja se očituje prilikom nekih javnih nastupa ili pak izlaganja. Dakako ovisno o kulturi kojoj pojedinci pripadaju može se govoriti o prostoru. Neke kulture prostor doživljavaju kao vrlo intimnu stvar te ne toleriraju narušavanje osobnog prostora, dok je u drugim kulturama prisnost i bliskost u smislu prostora nešto što se ne može izbjeći. Kulture koje se mogu okarakterizirati kao individualističke ili pak one niskokontekstualne orijentacije kulture su koje poštuju osobni prostor sklone su konfliktu ukoliko dođe do ugrožavanja osobnog prostora, stoga je u interakciji sa pripadnicima tih kultura vrlo važno obratiti pažnju na udaljenost. Suprotno je u potpunosti u kolektivističkim kulturama ili onima visokokontekstualne orijentacije gdje je sasvim prihvatljivo i prirodno stajati u neposrednoj blizini druge osobe, pošto su pripadnici takvih kultura vrlo povezani, bliski kontakt je neizbježan i moglo bi se shvatiti kao odbijanje ukoliko je udaljenost između osoba velika.

6. Komunikacijske razlike u kulturi Arapskih zemalja i Kine

Kineska je kultura karakteristična kultura niskog konteksta te se nalazi u prvih osam zemalja svijeta sa najnižim kontekstom, dok je kod Arapskih zemalja situacija upravo suprotna, karakterizirane su kao zemlje sa najvišim kontekstom. Ovom usporedbom biti će navedene očite razlike u komunikaciji ali i poimanju same kulture u ovisnosti sa kontekstom, koje se mogu primijeniti općenito na kulture visokog i niskog konteksta kada se radi usporedba između navedenih.

Kineska je kultura velikim dijelom utemeljena na svojoj vrlo bogatoj povijesti i vrlo je bitno poštovati tradiciju i običaje koji su nastali tijekom te povijesti. Kao pripadnici niskokontekstualne kulture Kinezi su obično veoma suzdržani te iznimno cijene pristojno ponašanje, ponašanje prema pravilima. Ta je formalnost vidljiva i u poslovnim pregovorima gdje će svoje partnere oslovljavati prezimenom, imenom i titulom ukoliko ona postoji. U Kini se primjerice srkanje i mljackanje tijekom objeda smatra pohvalom na odličan jelovnik te je sasvim prihvatljivo i nadasve primjereno. Još jedan od poslovnih običaja koji je specifičan za ovu kulturu je i razmjena posjetnica, što ima posebnu važnost. Primjerice činjenica da su Kinezi niskokontekstualni vidljiva je posebice prilikom poslovnih pregovora koji mogu iziskivati određeno duže vrijeme, prilikom kojih bi se žustra gestikulacija, bijes ili pak nestrpljenje mogli smatrati neprimjerenim jer ipak radi se o kulturi niskog konteksta čiji pripadnici imaju tendenciju biti smireni, staloženi i ne odavati previše svojim pokretima i ponašanjem. Upravo to izbjegavanje neverbalne komunikacije očituje se i prilikom upoznavanja gdje bi zagrljaj ili pak poljubac bili shvaćeni kao uvrjeda te je pružanje ruke u snažan stisak ipak sasvim dovoljno. Kinezi su poznati po tome da vole svoju privatnost, svoj osobni prostor, vrlo su diskretni i nenametljivi te stoga nikada neće stajati ili sjediti u neposrednoj blizini druge osobe, te nikada neće iskazivati svoje emocije prema drugoj osobi u javnosti.

Neki od običaja koji su specifični za kulturu Arapskih zemalja imaju odlike kultura visokog konteksta, pošto su Arapske zemlje jedne od onih koje imaju najviši kontekst. Dodir je veliki dio neverbalne komunikacije koja je ključna u kulturama visokog konteksta, pa tako Arapi imaju običaj rukovati se kimanjem glave ili pak naklonom nakon čeka će uslijediti poljubac u oba obraza. Ovo je moglo bi se reći glavna karakteristika

visokog konteksta, dodir nije nešto strano u ovakvim kulturama, tako primjerice muškarci mogu komunicirati sa mnogo dodira što se neće shvatiti kao izraz emocionalne privrženosti ili pak homoseksualnosti kao što bi se to moglo interpretirati u kulturama koje su orijentirane niskom kontekstu. Kao kultura koja se više orijentira na neverbalnu komunikaciju, od malena su učeni kako su riječi snažne, da ih treba cijeniti i kao takve ih upotrebljavati na moćan i uvjerljiv način. U Arapskim se zemljama prilikom komunikacije verbalno pridaje velika pažnja intonaciji kojom se govori, te iz koje se uzima kontekst izgovorenog. Ukoliko je intonacija prilikom govora pogrešna, govor može slušatelju zvučati agresivno i uvredljivo ili pak krajnje ne razumljivo. Kao kultura visokog konteksta, direktan govor nije čest te je prilikom komunikacije nešto izgovoreno potrebno potvrditi nekoliko puta kako bi slušatelj shvatio, bilo bi idealno kada bi se prilikom govora u komunikaciju ubacila neka gesta ili pokret koji bi slušatelju potvrdio ono što govornik govori.

7. Zaključak

Kultura kao pojam veoma je složena te se ne može objasniti bez niza čimbenika o kojima ovisi. Najjednostavnije bi bilo reći kako je kultura obrazac po kojem se ponaša neka grupa u društvu ili pak pojedinac unutar te grupe. Kako je kultura sama za sebe složena pojava, kada dođe do komunikacije unutar kulture situacija se dodatno komplicira, a kada dolazi do komunikacije između različitih kultura, stvaraju se i neki novi koncepti i područja istraživanja. Jedno takvo područje istraživanja su i interkulturalne komunikacije koje pomažu pripadnicima različitih kultura u međusobnoj komunikaciji, prikazujući im koje su to činjenice i obrasci ponašanja na koja treba obratiti pažnju prilikom komuniciranja. Tako je i kontekst jedan od koncepata na koji treba obratiti pažnju prilikom komuniciranja sa osobama koje imaju drukčiju kulturnu podlogu. Američki antropolog Edward T. Hall osmislio je koncept kontekstualne orijentacije kako bi olakšao shvaćanje pojedinih kultura, ali i komunikaciju i ono što je potrebno učiniti prilikom komunikacije kako bi se poruka što bolje prenijela i razumjela. Kulture se kreću od onih visokokontekstualnih do onih niskokontekstualnih. Moguće je govoriti o kontekstualnosti u smislu navedenog, ali je potrebno uzeti u obzir kako niti jedna kultura nije samo visoko ili nisko kontekstualna, više se govori o tome u smislu da su neki dijelovi moguće je reći i sistemi unutar sustava visokokontekstualni, a neki niskokontekstualni. Način na koji kulture internaliziraju informacije različit je, te je. Neke kulture informacije internaliziraju više neverbalnom komunikacijom nego onom verbalnom, shvaćanje poruke ovisi i o izravnosti i neizravnosti prilikom komuniciranja. Isto tako način na koji kulture percipiraju vrijeme ovisi o tome na koji će način shvatiti poruku koja se prenosi. Kulture se mogu promatrati kao monokronične i polikronične. One monokronične kulture vrijeme doživljavaju kao ograničen resurs te se to pravilo može u većini slučajeva primijeniti na niskokontekstualno orijentirane kulture. Polikronične kulture one su koje vrijeme ne doživljavaju tako ozbiljno, za njih je ono resurs koji se troši, te je za njih neopipljivo, više se orijentiraju na društvo i društvene odnose te je to također karakteristično i može se poistovjetiti sa visokokontekstualnim kulturama.

Potrebno je napomenuti kako su razlike između visokokontekstualno i niskokontekstualno orijentiranih zemalja veoma vidljive. Poneke se razlike mogu pripisati povijesti, običajima ili

ustaljenim obrascima ponašanja. Komunikacija kao takva dakako ovisi o kontekstu, ono što govornik želi iznijeti na drukčiji će se način shvatiti primjerice u Kini ili pak u nekoj od Arapskih zemalja. Tako se običan pozdrav kao poljubac u obraz može u Kini shvatiti kao ne poštovanje u Arapskim će se zemljama očekivati, kao opće prihvaćeni obrazac ponašanja.

Iz svega je navedenog moguće zaključiti kako velik dio komunikacije, posebno veliki dio interkulturalne komunikacije ovisi o poznavanju konteksta ali i o načinu internalizacije informacija. Potrebno je posebice kada se radi o poslovnim dogovorima i pregovorima obratiti pažnju na navedeno, pošto se osobe ne mogu sa pripadnicima druge kulture ophoditi kao sa pripadnicima vlastite.

Uzevši u obzir kako pripadnici raznih kultura komuniciraju na sasvim različite načine, logično je za zaključiti kako će i percepcija doživljene situacije biti drukčija. Iako svaka kultura ima svoje običaje, obrasce ponašanja, komunikacijske sposobnosti interkulturalna komunikacija pomaže u shvaćanju tih razlika i prevladavanju istih jer komunikacija u istoj kulturi ali i između različitih kultura, posebno u današnjem dinamičnom svijetu postala je nešto neizbježno, ali i veoma važno.

Literatura

1. Bašić, M. (2014): Interkulturalna sastavnica komunikacijske kompetencije, Sveučilište u Zadru
2. Buble, M. (2009): Međunarodni menadžment, Lares plua d.o.o, Zagreb
3. Buterin, M., Jagić, S. (2014): Razvoj interkulturalne kompetencije u kontekstu kurikulumskih promjena, Sveučilište u Zadru
4. Deardorff, D. (2004): The identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internalization at institutions of higher education in the United States, PhD Thesis, North Carolina State University
5. Dragičević, M. (2016): Komunikacija kao znanost i kao vještina, Ekonomski fakultet u Osijeku
6. Gubykunst, W., Kim Yun, Y. (1995): Communicating with strangers: An approach to intercultural communication, McGraw – Hill, United States of America
7. Hall, T. E. (1976): Beyond culture, Doublebay Dell Publishing Group Inc, New York
8. Hall, T. E., Hall Reed, M. (1990): Understanding cultural differences, Intercultural press Inc, New York
9. Hercigonja, Z. (2017): Utjecaj kulture na međunarodno poslovanje, Zbornik radova Veleučilišta u Šibeniku
10. Hofstade, G. (1991/1994): Cultures and organizations: Softwer of the mind, HrperColinsBussines, London
11. Holt, D., Wigginton, K. (2002): International menagement, Second edition, Thomson South –Western, Mason, Ohio
12. Lamza – Maronić, M., Glavaš, J. (2008): Poslovno komuniciranje, Studio Hs Internet, Ekonomski fakultet u Osijeku, Osijek
13. Milanja, C. (2021): Konstukcije kulture: Modeli kulturne modernizacije u Hrvatskoj 19. stoljeća, Institut društvenih znanosti Ivo Pilar, Zagreb
14. Nam, K. A. (2015): High – context and low – context communication, Sage Publication Inc, Thousand Oaks, CA
15. Novak Milić, J. (2006): Međukulturalna kompetencija u nastavi stranog i drugog jezika

16. Prišl, E. (2014): Modeli interkulturalne kompetencije, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Pula
17. Rouse, M. J., Rouse, S. (2005): Poslovne komunikacije, Masmedia Zagreb, Zagreb
18. Samovar, A. L., Porter, E. R., McDaniel, R. E. (2013): Komunikacija između kultura, Naklada slap, Jastrebarsko
19. Sowell, T. (2009): Cultural diversity: a world view in intercultural communication, Wadsworth, Belmont, CA
20. Thomas, D., Inkson, K. (2011): Kulturalna inteligencija: živjeti i raditi globalno, Clio, Beograd
21. Tubbs, S. (2010): Komunikacija: Principi i konteksti, Clio, Beograd
22. Zabec, M. (2016): Kulturološke razlike u poslovnoj komunikaciji, Sveučilište Sjever

Internetski izvori:

23. Hrvatska enciklopedija, Leksikografski zavod Miroslav Krleža, (2021)., Dostupno na: <https://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=32920>, Datum pristupa: 02.07.2021
24. Jasna Duraković (2019)., Poslovno komuniciranje u novomedijskom okruženju, Dostupno na: https://fpn.unsa.ba/b/wp-content/uploads/2019/07/POSLOVNO-KOMUNICIRANJE-U-NOVOMEDIJSKOM-OKRU%C5%BDENJU_e-izdanje-2.pdf, Datum pristupa: 30.06.2021
25. Peharec, Z. (2019)., Interkulturalna komunikacija, Dostupno na: <https://plaviured.hr/edukacije/interkulturalna-komunikacija/> , Datum pristupa: 28.06.2021
26. Spencer – Oatey, H. (2012.), What is culture? A compilation of quotations, Global Pad core concepts, Dostupno na: https://warwick.ac.uk/fac/soc/al/globalpad-rip/openhouse/interculturalskills_old/global_pad_-_what_is_culture.pdf, Datum pristupa: 23.08.2021.
27. The cross – cultural meanings of a smile (2007.) <https://scienceblogs.com/retrospectacle/2007/08/08/the-crosscultural-meanings-of-1>

Popis slika

Slika 1. Neverbalna komunikacija

Slika 2. Tri razine jedinstvenosti u ljudskom mentalnom programiranju

Slika 3. Kulturna santa leda

Slika 4. Piramidalni model interkulturalne kompetencije

Slika 5. Karakteristike društva uskog i širokog konteksta

Slika 6. Važnost konteksta u različitim kulturama

Slika 7. Individualističke i kolektivističke kulture

Popis tablica

Tablica 1. Usporedba monokroničnih i polikroničnih kultura