ETIKA I INTERKULTURALNA KOMUNIKACIJA

Rajič, Martina

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:145:283857

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**



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*

Martina Rajič

ETIKA I INTERKULTURALNA KOMUNIKACIJA

Diplomski rad

Osijek, 2021.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku
Ekonomski fakultet u Osijeku
Diplomski sveučilišni studij *Menadžment*

Martina Rajič

ETIKA I INTERKULTURALNA KOMUNIKACIJA

Diplomski rad

Kolegij: Interkulturalne poslovne komunikacije

JMBAG: 0010214177
E-mail: rajicmartina7@gmail.com

Mentor: Prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić

Osijek, 2021.

J. J. Strossmayer University of Osijek
Faculty of Economics in Osijek
Graduate Study *Management*

Martina Rajič

ETHICS AND INTERCULTURAL COMMUNICATION

Graduate paper

Osijek, 2021.

IZJAVA

O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI, PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG 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: Martina Rajič

JMBAG: 0010214177

OIB: 37834396466

e-mail za kontakt: rajicmartina7@gmail.com

Naziv studija: Diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija, smjer Menadžment

Naslov rada: Etika i interkulturalna komunikacija

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

U Osijeku, 6. rujna 2021. godine

Potpis Rajič Martina

Etika i interkulturalna komunikacija

Sažetak

Etika u interkulturalnoj komunikaciji zanimljivo je područje istraživanja zbog različitog i velikog broja kultura koje međusobno lakše ili teže globalno koegzistiraju. Etika predstavlja skup načela moralnog ponašanja nekog društva ili društvene skupine koja se zasnivaju na temeljnim društvenim vrijednostima kao što su dobrota, poštenje, ljudskost itd. Etika prije svega proučava ljudsko ponašanje i poimanje morala koje se razlikuje u kulturama. Kulturu se može definirati kao složenu cjelinu koja uključuje znanje, vjerovanje, umjetnost, moral, pravo, običaje i sve druge sposobnosti i navike koje je čovjek dobio kao član društva. Kako bi vladali i uvažavali kulturološke različitosti, vrlo je važno interkulturalno učenje. Interkulturalna komunikacija odnosi se na komunikaciju između različitih kultura i socijalnih grupa, razumijevanje drugih kultura, izbjegavanje stereotipa i predrasuda u komunikaciji i poslovanju s ljudima drukčijih kulturoloških i poslovnih kultura. Etička pitanja u internacionalnoj komunikaciji mogu stvoriti višestruke probleme za sve uključene, stoga ih je vrlo važno izučavati. Samim učenjem stvara se otvorenost i tolerancija prema drugačijem, a to pomaže u mnogim situacijama gdje postoje veliki etički konflikti i razlike, posebice u poslovanju.

Ključne riječi: etika, interkulturalna komunikacija, dijalog, interkulturalna etika, treća kultura

Ethics and intercultural communication

Summary

Ethics in intercultural communication is an interesting area of research due to the different and large number of cultures that coexist more or less globally. Ethics is a set of principles of moral behavior of a society or social group based on fundamental social values such as kindness, honesty, humanity, etc. Ethics primarily studies human behavior and understanding of morals that differ in cultures. Culture can be defined as a complex whole that includes knowledge, belief, art, morality, law, customs, and all other abilities and habits that man has acquired as a member of society. In order to govern and respect cultural differences, intercultural learning is very important. Intercultural communication refers to communication between different cultures and social groups, understanding other cultures, avoiding stereotypes and prejudices in communicating and doing business with people of different cultural and business cultures. Ethical issues in international communication can create multiple problems for everyone involved, so it is very important to study them. Learning itself creates openness and tolerance for the different, and this helps in many situations where there are major ethical conflicts and differences, especially in business.

Keywords: ethics, intercultural communication, dialogue, intercultural ethics, third culture

Sadržaj

1. Uvod **1**

2. Metodologija rada **2**

3. Moral i etika **4**

3.1. Definicije morala i etike 4

3.2. Vrste etike 5

3.3. Etika u poslovanju 5

4. Kultura **8**

4.1. Definicija kulture 8

4.2. Obilježja kulture 8

4.3. Supkultura 9

4.4. Kulture visokog i niskog konteksta 10

4.5. Dimenzije kulture 10

5. Komunikacija **12**

5.1. Definicija komunikacije 12

5.2. Pretpostavke za komunikaciju 12

5.3. Interkulturalna komunikacija 13

5.4. Pristupi internacionalnim komunikacijama 15

6. Presjek interkulturalne komunikacije i etike **17**

6.1. Važnost istraživanja etike u interkulturalnoj komunikaciji 17

6.2. Područja od interesa u istraživanju etike u interkulturalnoj komunikaciji 18

6.3. Metodološki pristupi interkulturalnoj etici 19

6.4. Univerzalistički, relativistički i konstruktivistički pristupi interkulturalnoj etici 21

6.5. Interkulturalni dijalog 22

6.6. Edukacija u interkulturalnoj komunikaciji 23

6.7. Strategije za rješavanje etičkih konflikata i kulturnih razlika 24

6.8. Odgovor društva 26

6.9. Stvaranje treće kulture 27

7. Izabrani primjeri **30**

7.1. Različite perspektive u Kini i na zapadu 30

7.2. Dar ili mito 30

7.3. Različiti standardi sigurnosti radnika 31

8. Zaključak 32
Literatura 34
Popis slika 37

1. Uvod

Globalizacija i nove tehnologije približile su svijet više nego ikada. Velike multinacionalne kompanije svoje poslovanje grade po cijelom svijetu, a privatno se ljudi masovno koriste modernim informatičko-telekomunikacijskim alatima kako bi komunicirali, radili i bili dio globalnog društva.

U takvoj okolini od iznimne je važnosti razumjeti međusobnu interakciju etike i interkulturalnih komunikacija. Kako biti dobar susjed, prijatelj, zaposlenik, nadređen nekome tko poštuje sasvim drugačije kulturološke, a kroz to potencijalno i moralne norme od nas? U ovom radu opisat će se neki pristupi križanja etike i interkulturalnih komunikacija. Ovisno o filozofskom stajalištu, postoje različiti pogledi—integracija, odvojenost, tolerancija, stvaranje nove kulture, i slično.

Samo propitivanje ove problematike čini čovjeka otvorenijeg da sluša i razumije one različite od njega samoga. To je zanimljivo i bitno jer međukulturalne tranzicije stvaraju bogatu podlogu za nadopunjavanje života i obogaćenje međusobnih kultura—očuvanje i dijeljenje vlastite, ali i otvaranje za primanje tuđih i drugačijih.

Turbulentna, šarena povijest svijeta svakako ovu temu ne čini lakom, jer međusobne tenzije između različitih kultura, rasa, naroda i država postoje, i uvijek će postojati. Tolerancija i razumijevanje drugačijih je vrlo teška u svijetu u kojem nogometne utakmice između dvije momčadi jedne zemlje stvaraju kaose i povlače sa sobom ispade netrpeljivosti i nasilja zbog pa čak i najmanjih različitosti među fanovima. Očekivati jednostavno komuniciranje kulturno potpuno antitetičkih ljudi bilo bi suludo, ali zato se ovim diplomskim radom pokušava stvoriti svijest o važnosti teme i važnosti pronalaženja načina komuniciranja, života i poslovanja sa osobama koje ne dijele naše vrijednosti.

2. Metodologija rada

Predmet istraživanja u ovom diplomskom radu su pitanje etike i interkulturalne komunikacije. Etika govori o tome što se treba učiniti ili kako se nešto treba učiniti, a to pak utječe na ljude koji su u komunikacijskom odnosu te utječe na doživljaj i tumačenje odaslane poruke. Etika je jedan od važnijih elemenata kulture te predstavlja jedan od važnijih odraza vrijednosti.

Glavno istraživačko pitanje u ovom radu jest kako etika i moral utječu na komunikaciju u kontekstu kulturoloških razlika koje su neizbježne u multikulturalnom okruženju kakvo donosi globalizacija.

Svrha rada je istražiti važnost etike u interkulturalnoj komunikaciji posebice u uvjetima globalizacije. Ovo pitanje je vrlo suvremeno s obzirom da ljudi u multikulturalnom okruženju imaju različita iskustva, vrijednosti, poglede na svijet, mogu različito tumačiti iste simbole koji se pojavljuju u komunikaciji te je u takvim okolnostima puno teže ocijeniti i predvidjeti ishode komunikacije ili poruke koje se odašilju. Danas se poduzeća sve više šire na globalnoj razini i moraju se razumjeti načini komunikacije i promatranja različitih kultura—kako u poslovanju, tako i privatno. Prikaz kompleksnosti interakcije kultura i stvaranja okružja u kojem se svi osjećaju dobro i prihvaćeno jedan je od važnijih ciljeva ovoga rada.

Za potrebe diplomskog rada korišteni su isključivo sekundarni podaci, riječ je prvenstveno o znanstvenoj i stručnoj literaturi. U radu se koriste opće znanstvene metode i to metoda indukcije i dedukcije, analize i sinteze, deskripcija i klasifikacije.

Rad se sastoji od sedam poglavlja. Nakon uvodnog poglavlja, poglavlje dva nudi osnovno o metodologiji rada. U poglavlju tri definira se moral i etika te se daje pregled različitih vrsta etike. Poglavlje četir bavi se kulturom, tj. opisuju se njezina obilježja, pojam supkulture, te različitost kultura koje imaju visoki i niski kontekst. Uz to opisuju se dimenzije kulture koje pomažu u razumijevanju i komunikaciji među kulturama. Peto poglavlje govori o komunikaciji i to definira se pojam komunikacije te se navode posebne pretpostavke za uspješnu komunikaciju. Posebna pozornost se posvećuje interkulturalnoj komunikaciji – njezinoj definiciji, razvoju i važnosti te se također nudi i pet teoretskih pristupa interkulturalnoj komunikaciji. Šesto poglavlje nudi presjek interkulturalne komunikacije i etike. Ovdje se opisuje važnost istraživanja etike u interkulturalnoj komunikaciji, neka problematika koja u praksi zahvaća interes etike u interkulturalnoj komunikaciji, uloga etike, deskriptivni pristupi, normativni pristupi i meta-etički metodološki pristupi interkulturalnoj

etici. Zatim se daje pregled razlika u univerzalističkom, relativističkom i konstruktivističkom pristupu interkulturalnoj etici. Također se prikazuju neke strategije za rješavanje etičkih konflikata između različitih kultura. Nakon toga, u odgovoru društva, opisuje se na koji način su vlade, civilne zajednice i korporacije doskočile etičkim izazovima u modernom svijetu. Na posljetku, kao alternativa za rješavanje etičkih razlika između kultura, predlaže se teorija stvaranja treće kulture. Sedmo poglavlje nudi par izabranih primjera etičkih konflikata na temelju kulturoloških razlika. Osmo poglavlje je zaključno.

3. Moral i etika

Moral i etika su dvije riječi koje se često koriste kao sinonimi. Definicije i interpretacije ovise od osobe do osobe, odnosno različiti teoretičari i filozofi više ili manje približuju ova dva termina.

3.1. Definicije morala i etike

Nekoliko različitih zajednica (akademska, pravna ili vjerska, na primjer) povremeno napravi razliku, ali mnogi ih etičari smatraju međusobno zamjenjivima. Mnogi ljudi o moralu razmišljaju kao o nečemu što je osobno i normativno, dok je etika mjerilo „dobra i zla“ koja se razlikuju u određenoj zajednici ili društvenom okruženju (Grannan, 2016).

Znači, ako se ova dva termina razlikuju, za moral se može reći da je određena vlastita praksa teorijskih etičkih standarda i načela.

Prema Singeru (2021), iako se etika oduvijek promatrala kao grana filozofije, njezina sveobuhvatna praktična priroda povezuje je s mnogim drugim područjima proučavanja, uključujući antropologiju, biologiju, ekonomiju, povijest, politiku, sociologiju i teologiju. Ipak, etika se razlikuje od takvih disciplina jer nije stvar u činjeničnom znanju na način na koji su to znanosti i druge grane istraživanja. Umjesto toga, to je povezano s određivanjem prirode normativnih teorija i primjenom ovih skupova načela na praktične moralne probleme.

Singer (2021) navodi da se etika tradicionalno dijeli na normativnu, metaetiku i primijenjenu etiku. Normativna etika nastoji uspostaviti norme ili standarde ponašanja; presudno pitanje na ovom polju jest hoće li se postupke ocjenjivati ispravnim ili neispravnim na temelju njihovih posljedica ili na temelju njihove sukladnosti s nekim moralnim pravilom. Teorije koje usvajaju nekadašnju osnovu prosudbe nazivaju se konsekvencijalističkim. Metaetika se bavi prirodom etičkih prosudbi i teorija. Od početka 20. stoljeća, mnogo se rada u metaetici usredotočilo na logičke i semantičke aspekte moralnog jezika. Neke glavne metaetičke teorije su naturalizam, intuicionizam, emotivizam i preskriptivizam. Primijenjena etika, kako naziv govori, sastoji se od primjene normativnih etičkih teorija na praktične moralne probleme (npr. pobačaj, testiranje na životinjama). Među glavnim područjima primijenjene etike su bioetika, poslovna etika, pravna etika i medicinska etika.

Bojić, Ivaniš i Vujić (2012:34) za moral kažu da je to „pozitivan stav prema životu, životna hrabrost, pozitivan odnos prema duhovnim i materijalnim vrijednostima, čestitost, vrlina,

uvažavanje ljudskog dostojanstva, iskrenost, poštenje, pravednost, svjesnost o obvezama i ljudskim dužnostima te osjećaj odgovornosti i dužnosti. Također, moral se može definirati i kao skup običaja, navika te nepisanih društvenih pravila i normi čija je svrha da pomognu pojedincu prilikom odabira načina ponašanja kao i prilikom oblikovanja svojih prosudbi u interakciji s drugim ljudima koji su, kao i sam pojedinac, članovi iste društvene zajednice. Može se zaključiti kako je moral vrlo važan čimbenik kohezije tj. zajedništva između ljudi koji su članovi određene društvene zajednice a razlog tomu je što moral utječe na stavove ljudi, njihovo ponašanje te njihove postupke prema drugim ljudima.“

3.2. Vrste etike

Nekoliko je različitih vrsta etike, a to su individualna, društvena, profesionalna, organizacijska (Perić i Erceg, 2019).

Individualna etika odnosi se na osobne standarde i vrijednosti koji određuju kako ljudi percipiraju vlastite odgovornosti prema drugim ljudima u svojoj zajednici (Perić i Erceg, 2019).

Društvena etika označava standarde koji ukazuju na to kako bi se članovi društva trebali odnositi jedni prema drugima u situacijama koje obuhvaćaju pitanja poput siromaštva, pravde, prava pojedinaca, poštovanja i sl (Perić i Erceg, 2019).

Profesionalna etika ukazuje na standarde koji upućuju na to kako bi se zaposlenici, voditelji, vlasnici trebali ponašati tijekom svojih poslovnih aktivnosti (Perić i Erceg, 2019).

Organizacijska etika temelji se na vrijednostima i uvjerenjima kroz koje određena poduzeća i menadžeri gledaju na vlastitu odgovornost prema svojim dionicima (Perić i Erceg, 2019).

3.3. Etika u poslovanju

Poslovna etika je proučavanje prikladnih poslovnih politika i praksi u vezi s potencijalno kontroverznim temama, uključujući korporativno upravljanje, trgovanje osobama iznutra, primanje mita, diskriminaciju, društvenu odgovornost poduzeća i fiducijarne odgovornosti. Zakon često vodi poslovnu etiku, ali ponekad poslovna etika daje osnovne smjernice koje tvrtke mogu slijediti kako bi stekle odobrenje javnosti (Twin, 2021).

„Poslovna etika polazi od pretpostavke da u gospodarstvu ne smije biti prioritetno djelovanje isključivo po načelu ekonomske racionalnosti, nego treba voditi računa i o posljedicama gospodarskih aktivnosti i poslovnih odluka za društvo, okružje i ključne sudionike“ (Perić, 2018).

Etička načela pojašnjavaju kako doći do prave odluke u nekoj situaciji, a to su:

1. „Načelo svrhe

Ovo načelo govori o namjerama prema kojim osoba teži, odnosno stanje ili put koji se želi ostvariti. Svrhu i cilj ne treba izjednačavati, jer cilj podrazumijeva nešto opipljivo i konkretno, a svrha se odnosi na neodređeno stanje. Za poduzeće je važno da i zaposlenici i menadžeri etiku vide kao jednu od dijelova svrhe svog poduzeća.

2. Načelo ponosa

Ponos se može definirati kao svojevrsni osjećaj zadovoljstva zbog uspjeha u nekoj aktivnosti, a da bi se takvo stanje postiglo potrebna je vjera u sebe i snaga da se učini ono što je ispravno, unatoč tome što nekad postoje jaki pritisci da se učini drugačije. Uz ponos se može vezati i samopoštovanje koje navodi do postupanja prema zakonu, što će u konačnici dovesti do osjećaj ponosa pred samim sobom, ali i pred drugim ljudima.

3. Načelo strpljenja

Svaka aktivnost predstavlja neki proces uvjetovan vremenskom komponentom. Ponekad je potrebno više vremena kako bi se učinila ispravna stvar što je u konačnici i isplativije, ako ne odmah, onda zasigurno na dugi rok. Trend nestrpljenja, kao odlika današnjeg vremena i društva, može dovesti do krivih odluka i štete koju će na kraju biti potrebno popravljati duže nego što je bilo potrebno da donesemo ispravnu odluku.

4. Načelo upornosti

Ovo se načelo veže uz prethodno - strpljenje, a predstavlja se kao odlika nastojanja da se izvrši neki posao ili aktivnost, iako je to nekad vrlo teško i čini se kao da se sve urotilo da se posao ne izvrši, naravno, ako je to nastojanje opravdano i etično.

5. Načelo perspektive

Ovo načelo predstavlja sposobnost sagledavanja onog što je važno, bez obzira u kakvoj se situaciji pojedinac ili poduzeće nalazi. To nas navodi na zaključak da je svaki problem rješiv,

samo ako se dobro razmisli, potraži savjet, razmotri situacija ili pak osluhne unutrašnji glas – ako je to prikladno situaciji. Kada se konačno postigne perspektiva, sama svrha života postaje jasnija“ (Karpati, 2001).

4. Kultura

U ovom poglavlju opisuje se kultura i njezino značenje u društvu.

4.1. Definicija kulture

Mnogo je definicija kulture. Do 1952. Kroeber i Kluckhorn pronašli su preko 150 i počeli ih uspoređivati. Američki psiholog Harry Triandis, na primjer, definira kulturu kao dio okoliša koji je stvorio čovjek. Nizozemski kulturni psiholog Hofstede definira kulturu kao kolektivno programiranje uma. Svi istraživači koji se na teorijskoj osnovi bave konceptom kulture slažu se da kultura pokriva vrlo široko područje. Opseg doseže od umjetnih predmeta, alata itd. do vrijednosti, ideja, svjetonazora, jezika i filozofije, uključujući način na koji se tretiraju žive i nežive stvari i predmeti (Thomas, 2010).

Kultura se uvijek očituje u sustavu orijentacije tipičnom za zemlju, društvo, organizaciju ili grupu. Ovaj se sustav orijentacije sastoji od specifičnih simbola poput jezika, govora tijela, mimike, rituala, odjeće i pozdravljanja, a prenosi se na buduće generacije iz odgovarajućeg društva, organizacije ili grupe. Ovaj sustav orijentacije pruža svim članovima osjećaj pripadnosti i uključenosti u društvo ili grupu i stvara okruženje u kojem pojedinci mogu razviti jedinstveni osjećaj sebe i učinkovito funkcionirati. Kultura utječe na percepciju, obrasce mišljenja, prosudbu i djelovanje svih članova određenog društva. Sustav orijentacije specifičan za kulturu stvara mogućnosti i motivaciju za akciju, ali također određuje uvjete i ograničenja akcije (Thomas, 2010).

4.2. Obilježja kulture

Kultura ima pet osnovnih karakteristika: Uči se, dijeli se, temelji se na simbolima, integrirana je i dinamična. Sve kulture dijele ove osnovne značajke.

Kultura se uči: nije biološka niti nešto što se nasljeđuje, ona se uči. Kultura se uči od obitelji, vršnjaka, institucija i medija. Proces učenja kulture poznat je pod nazivom enkulturacija. Iako svi ljudi imaju osnovne biološke potrebe kao što su hrana, voda i san, način na koji se ispunjavaju te potrebe razlikuje se među kulturama.

Kultura se dijeli: budući da se kultura dijeli ostalim članovima grupe, osobe su sposobne djelovati na društveno prikladan način, kao i predvidjeti kako će drugi postupiti. Unatoč zajedničkoj prirodi kulture, to ne znači da je kultura homogena (ista).

Kultura se temelji na simbolima: simbol je nešto što označava nešto drugo. Simboli se razlikuju među kulturama i proizvoljni su. Oni imaju značenje samo kad se ljudi u kulturi dogovore oko njihove upotrebe. Jezik, novac i umjetnost su neki od simbola. Jezik je najvažnija simbolička sastavnica kulture.

Kultura je integrirana: to je poznato kao holizam, a znači da su različiti dijelovi kulture međusobno povezani. Svi su aspekti kulture povezani jedni s drugima i da bi se u potpunosti razumjela, mora se naučiti sve njezine dijelove, a ne samo neke.

Kultura je dinamična: to znači da kulture međusobno djeluju i mijenjaju se. Budući da je većina kultura u kontaktu s drugim kulturama, one razmjenjuju ideje i simbole. Sve se kulture mijenjaju, inače bi imale problema s prilagodbom na promjenjivu sredinu. A budući da su kulture integrirane, ako se jedna komponenta u sustavu promijeni, vjerojatno se cijeli sustav mora prilagoditi.

Thomas (2010) navodi da se nacionalna kultura može se definirati kao kultura u kojoj se rađa stanovništvo, čijem su razvoju pridonijeli i za koju smatraju da je obvezujuća i bitna za opstanak. Može se reći da nacionalna kultura utjelovljuje kolektivnu svijest naroda, točnije, vrijednosti koje su se prenosile generacijama (norme, pravila ponašanja, običaji, zakoni i tradicije) i etičko-moralna uvjerenja (religija), koja se kombiniraju s određivanjem njihovog pogled na svijet.

4.3. Supkultura

Supkultura, prema Enciklopedija.hr (2012) je „bilo koje odstupanje adolescentskih i drugih aktera od normi i vrijednosti uže i šire roditeljske kulture; često je vezana uz koncept društvene klase kao socijalizacijskoga svijeta. Iako postoje različite interpretacije pojma supkulture, mnogi ju autori, premda raznovrsnih paradigmatskih polazišta, određuju kao kolektivni odgovor mladih iz nižih društvenih slojeva na probleme socijalne strukture i mobilnosti. Većini pristupa zajedničko je i dvostruko značenje supkulture: ona istodobno označuje konkretne društvene aktere i simboličku strukturu. Do 1950-ih pojam supkulture

označivao je imigracijsku i konfesionalnu šarolikost američkoga društva, odnosno poljsku, židovsku, talijansku, irsku, hrvatsku ili neku drugu supkulturu unutar američke kulture.“

4.4. Kulture visokog i niskog konteksta

Godine 1959. Hall (University of the Pacific, n.d) je predložio da se kulture mogu podijeliti u dvije kategorije - visoki kontekst i nizak kontekst. Koncept je popularan referentni okvir i koristi se sve do danas. Ova kategorizacija koristi i u velikom dijelu neverbalnu komunikaciju, ali prikazuje i razlike u verbalnoj komunikaciji. Kultura niskog konteksta oslanja se na eksplicitnu komunikaciju. U komunikaciji s niskim kontekstom, više se informacija u poruci piše i definira. Kultura sa zapadnim europskim korijenima, kao što su Sjedinjene Države i Australija, općenito se smatraju kulturama s niskim kontekstom. Neverbalni elementi prilikom komunikacije nisu značajni. Verbalne poruke su izričite, a komunikacija se promatra kao način razmjene informacija, ideja i mišljenja. Neslaganje je depersonalizirano; fokus je na racionalnim (a ne osobnim) rješenjima. Pojedinac može biti eksplicitan zbog neugodnog ponašanja druge osobe. Kultura visokog konteksta oslanja se na implicitnu komunikaciju i neverbalne znakove. U komunikaciji s visokim kontekstom, poruka se ne može razumjeti bez velikog broja pozadinskih informacija. Azijske, afričke, arapske, srednjoeuropske i latinoameričke kulture općenito se smatraju kulturama visokog konteksta. Verbalne poruke neizravne su, a komunikacija se promatra kao oblik umjetnosti ili način privlačenja nekoga.

4.5. Dimenzije kulture

Cilj utvrđivanja pretpostavki vrijednosti jedne nacije može se postići proučavanjem dimenzija njene kulture. Kluckholn i Strodtbeck (1961, u Pitta, Fung, Isberg, 1999) uspoređivali su brojne kulture u šest dimenzija, koje su znanstvenici u ne-poslovnim područjima proučavali dugi niz godina. Šest dimenzija može se artikulirati kao sljedećih šest pitanja:

(1) Koje su društvene pretpostavke o bitnoj dobroti ljudi? Pretpostavlja li društvo da su ljudi u biti dobri, loši ili oboje?

(2) Što društvo ističe u međuljudskim odnosima, pojedinac ili grupa? Treba li se pojedinac osjećati slobodno kao pojedinac ili bi trebao razmotriti grupu prije nego što djeluje?

(3) Koja je vrijednost osobnog prostora u društvu? U nekim se društvima ljudi osjećaju ugodno stojeći vrlo blizu jedni drugima. U drugima postoji prihvaćena fizička udaljenost, tampon zona, u koji se ne smije ulaziti. U tim kulturama ljudima je vrlo neugodno stajati preblizu.

(4) Što društvo pretpostavlja o odnosu čovjeka i prirode? Je li čovjeku namijenjeno da živi u skladu s prirodom ili da njome dominira?

(5) Koja je uloga promjene u društvu? Cijeni li kultura stabilnost i očuvanje statusa quo? Suprotno tome, vrijedi li društvo napredak i promjene?

(6) Konačno, kakva je orijentacija društva prema vremenu: prošlosti, sadašnjosti ili budućnosti?

Kluckholn i Strodtbeck (1961, u Pitta, Fung, Isberg, 1999) otkrili su da svako društvo ima kulturnu orijentaciju koja se može opisati u smislu ovih šest pitanja. Poznavanje dimenzija kulture može pomoći u predviđanju potencijalnih izvora etičkih sukoba.

5. Komunikacija

5.1. Definicija komunikacije

Za komunikaciju se može reći da je osnova razvoja društva. Ona je proces koji predstavlja podjelu misli i njihovih značenja. O važnosti komunikacije u razvoju cjelokupnog društva, svjedoči i brojnost definicija samog pojma. Pavić za komunikaciju kaže da je treća funkcija rukovodećeg postupka koja predstavlja dvosmjeran komunikacijski proces i osnovnu potrebu živih bića (Pavić, 2011).

Lamza-Maronić i Glavaš (2008) komunikaciju definiraju kao: „Riječ komunikacija potječe od latinskih riječi comunis, ae, f. što znači zajednički, odnosno communicare – učiniti općim, uopćiti. Jednostavno rečeno – komunicirati znači priopćiti, biti u vezi, spajati. Prema jednoj od mnogobrojnih definicija komunicirati znači dijeliti informaciju s drugima, u tom procesu sugovornici se međusobno obogaćuju."

Komunikacija je nužnost u svakodnevnom životu i bez nje bi današnji život bio nezamisliv. U komuniciranju kao prijenosu informacija važno je razumjeti informaciju koju primamo i šaljemo (Nadrljanski, 2010).

Iz toga se može vidjeti da je komunikacija srž ljudskog postojanja, a neki autori navode da ljudska bića ne mogu *ne* komunicirati. U tom smislu, komunikacija jest i događa se cijelo vrijeme kad su ljudi zajedno. Svaka socijalna situacija podrazumijeva komunikaciju i stoga poziva komunikacijske vještine, čak i onda kada ne želimo komunicirati, kako navodi Koprowska (2008).

Komunikacija je uspješna onda kada primatelj poruke istu razumije. Iako su ljudi rođeni sa mogućnostima komuniciranja na nekoj razini, iznimno je važno komunikacijske sposobnosti razvijati.

5.2. Pretpostavke za komunikaciju

Ljudi moraju posjedovati određena društvena znanja te imati određene interakcijske mogućnosti kako bi ostvarili čin komunikacije. Osnovne komponente i preduvjeti komunikacije su sljedeći (Fox, 2001): poznavanje jezika – verbalni i neverbalni elementi, opcije i jezični uzorci za pojedine komunikacijske situacije; interakcijske vještine – poznavanje karakterističnih obilježja komunikacijske situacije, odabir komunikacijskog

oblika i strategije za postizanje komunikacijskih ciljeva; kulturno znanje – društvena struktura, vrijednosti i stavovi.

Komunikacija dolazi u mnogim oblicima: verbalna (zvukovi, jezik i ton glasa), slušna, neverbalna (izrazi lica, govor tijela i držanje tijela), pisana (časopisi, e-poruke, blogovi i tekstualne poruke), vizualna (znakovi, simboli i slike), i sl.

Važno je razviti različite vještine i za komunikaciju s drugima i za učenje kako interpretirati informacije dobivene od drugih. Poznavanje partnera u komunikaciji i razumijevanje kako oni daju i primaju informacije jednako je bitno kao i znati samoga sebe. Interkulturalna komunikacija još je teža od komunikacije u istoj kulturi jer svaka kultura ima svoje vlastite pretpostavke.

5.3. Interkulturalna komunikacija

Interkulturna komunikacija je komunikacija između ljudi s različitim kulturnim identitetima. Jedan od razloga zbog čega bi interkulturna komunikacija trebala biti predmet proučavanja je poticanje veće samosvijesti (Martin i Nakayama, 2010). Misaoni proces u vezi s kulturom često je „fokusiran na drugo“ što znači da je kultura druge osobe ili grupe ono što se ističe u percepciji neke osobe. Međutim, stara je uzrečica „upoznaj sebe“ prikladna jer postajemo svjesniji vlastite kulture boljim razumijevanjem drugih kultura i perspektiva.

Interkulturalna komunikacija može omogućiti da se izađe izvan svog ugodnog, uobičajenog referentnog okvira i sagleda svoju kulturu kroz drugačiju leću. Uz to, kako se postaje svjesniji sebe, može se postati i etičniji komunikator dok se osporava svoj etnocentrizam ili svoja tendencija da vlastita kultura bude promatrana kao superiorna u odnosu na druge kulture (Thomas, 2010). U globalu, interkulturalna komunikacija stavlja u fokus razumijevanje i, ne samo toleriranje, već i prihvaćanje različitosti među osobama iz različitih kultura.

Kako navodi Hanson (2020), velik dio istraživanja internacionalne komunikacije od početka se na različite načine fokusirao na utjecaj komunikacijskih medija. Istraživači rane propagande i masovne komunikacije bili su zainteresirani za izravne učinke medija na stavove i mišljenja te su se usredotočili na stratešku uporabu komunikacija od strane vlada. U kontekstu Hladnog rata i trećeg svijeta u nastajanju, stručnjaci za komunikaciju zainteresirali su se za sposobnost masovnih medija da promijene društvene stavove kao bitan korak u razvoju. Potkraj 20. stoljeća zanimanje za nove informacijske i komunikacijske tehnologije

oživjelo je ovaj razvojni komunikacijski pravac. Kako se globalna komunikacijska infrastruktura počela razvijati, širilo se istraživanje o ostalim učincima novih tehnologija, posebno satelitske televizije i Interneta, na globalno gospodarstvo, donošenje vanjskopolitičkih odluka, međunarodne ishode i nacionalnu suverenost. Drugi dio istraživanja usredotočen na komunikacijske tokove. U kratkom razdoblju nakon Drugog svjetskog rata, mnogi su pretpostavljali da bi povećani protok poruka preko nacionalnih granica mogao poboljšati međunarodno razumijevanje. Karla Deutscha također je zanimao odnos između komunikacijskih tokova i političke zajednice, ali njegov je rad istraživao uvjete koji su utjecali na taj odnos. Sedamdesetih je golema literatura, prvenstveno iz komunikacijskih znanosti, ispitivala obrasce u pokrivanju međunarodnih tokova vijesti. Strukturne nejednakosti u komunikacijskim tokovima između razvijenih i zemalja u razvoju također su u središtu pozornosti u istom desetljeću. Treća tema koja se provlači kroz literaturu odnosi se na odnos između komunikacije i moći. Duga je tradicija kritičkih teoretičara koji na medije i komunikacijske strukture gledaju kao na silu za održavanje hegemonije ukorijenjenih interesa ekonomske i političke moći. Perspektiva kulturnog imperijalizma, kritičan odgovor na paradigmu razvojne komunikacije, i dalje se usredotočuje na štetne učinke hegemonije zapadnih medija na zemlje u razvoju. Kako su zapadne, posebno Sjedinjene Države, komunikacijske industrije postale globalni konglomerati, pitanje korporacijskog vlasništva i kontrole medija steklo je još veću pozornost. Ostali dijelovi teme moći i komunikacije usredotočeni su na vladine kontrole i upotrebu medija za unapređenje vladinih politika. Pitanje tko bi trebao kontrolirati medije i u koju svrhu, što je dugo zanimalo znanstvenike, generiralo je novu liniju istraživanja, naime upravljanje Internetom. Također se u ovu kategoriju uklapaju kontroverze oko utjecaja novih informacijskih i komunikacijskih tehnologija na državnu moć i suverenitet i na međunarodne hijerarhije moći.

Kad se na kulturu gleda kao na sustav koji označava, kultura i komunikacija neraskidivo su povezani. Drugim riječima, kultura se stvara, stabilizira, osporava i izaziva kroz komunikaciju uz pomoć različitih znakovnih sustava. Komunikacija može prijeći granice i imati za cilj potencijalni utjecaj na svijet. Doista, potreba za interkulturnom komunikacijom rezultat je ekspanzionističkih programa. U globaliziranoj modernosti ta se potreba izuzetno povećala zbog ekonomskih, ekoloških, demografskih, tehnoloških, političkih ili etičkih pitanja od globalnog značaja. Štoviše, dostupnost svjetskih komunikacijskih mreža otvorila je nove mogućnosti i povećala komunikaciju na nesrazmjernu razinu u usporedbi s ranijim vremenima (Delanoy, 2020).

Etika u internacionalnoj komunikaciji pojavila se vrlo kasno u teoretskim i praktičnim razmatranjima, a sve više s pojavom globalizacije i informacijsko-komunikacijskih tehnologija, što je približilo razne nacije i proširilo multinacionalne kompanije do nezamislivih razina. Termin globalno selo možda i ne opisuje današnji svijet u svim kontekstima, ali velike multinacionalne korporacije, pa čak i mali timovi zaposlenika iz različitih dijelova svijeta, svakako mogu funkcionirati kao skupina iznimno kulturalno različitih osoba koje povezuje unaprjeđenje u ICT-u.

5.4. Pristupi internacionalnim komunikacijama

Thije (2020) opisuje pet pristupa internacionalnim komunikacijama. Međutim, treba prvo opisati interkulturalnu medijaciju kao polazišnu točku tim pristupima.

Interkulturalna medijacija ili posredovanje je postupak kojeg karakterizira neovisna 'treća strana' koja ispunjava presudan preduvjet pomažući (internacionalnim) stranama da pronađu rješenja za svoje sukobe. Ovaj koncept treće strane utjecao je na istraživanja u drugim područjima interkulturalne komunikacije (Ten Thije, 2020).

Pristupi internacionalnim komunikacijama mogu se opisati kao (Ten Thije, 2020):

1. Interaktivni pristupi doprinose razjašnjavanjem kako se potrebi za kontekstualizacijom u interkulturnoj komunikaciji može suprotstaviti primjenom perspektive treće strane. Interkulturno posredovanje podrazumijeva metapragmatičnu svijest.

2. Kontrastni pristupi zahtijevaju pouzdanu tercium comparationis kako bi se razvila odgovarajuća usporedba između jezika i kultura. Interkulturno posredovanje prakticira formalne i funkcionalne ekvivalencije kako bi izrazilo osjetljiva pitanja ili realiziralo složene akcije na drugim jezicima.

3. Pristupi kulturne reprezentacije uvode pojam intersekcionalnosti kako bi se razumjelo kako su kategorije identiteta (npr. rasa, kultura, socijalni status itd.) djelomično definirane njihovim odnosima s drugim kategorijama. Interkulturno posredovanje uključuje procese identifikacije na individualnoj razini i razvija se u interkulturnoj medijaciji na društvenoj razini.

4. Pristupi višejezičnosti i jezične raznolikosti pružaju interkulturalno posredovanje s teorijskim modelima (npr. inkluzivna višejezičnost) i analitičkim alatima (npr. višejezična veza) za rastavljanje tradicionalne jezične ideologije jedne nacije, jedne

kulture, jednog jezika. Izvorni govornik pretvara se putem interkulturalnog govornika u interkulturnog posrednika.

5. Pristupi prijenosa sintetiziraju doprinose ostalih pristupa interkulturalnom posredovanju s pojmom refleksivnosti kao općeg nazivnika interkulturne kompetencije.

6. Presjek interkulturalne komunikacije i etike

U zadnjih nekoliko godina etika u interkulturalnoj komunikaciji postaje sve važnija i važnija. Globalizacija i miješanje kultura, kulturnih vrijednosti i normi stavlja u prvi plan razlike koje neke nacionalne kulture, organizacijske kulture, pa i supkulture imaju različite svjetonazore. Komunikacija i uspješno poslovanje u ovakvom okruženju su iznimno kompleksni.

Pogotovo u poslovanju, poduzeća nastoje biti što društveno odgovornija, a društvena odgovornost može imati različite definicije u različitim dijelovima svijeta. Socijalne, političke, kulturne i druge razlike mogu stvoriti razne probleme.

Ovo polje može se nazvati i *interkulturalna etika*, jer se može definirati kao proces kojim ljudi iz različitih kultura pregovaraju o normama koje će upravljati odnosima između njih na različitim razinama, uključujući međuljudske, međugrupne i međunarodne.

6.1. Važnost istraživanja etike u interkulturalnoj komunikaciji

Prema Kleinfeldu (1999, u Thomas, 2010), postoje najmanje tri razloga za povećanje etički orijentiranog razmišljanja u poslovanju:

1. Spoznaja da je osoba u svojoj cjelokupnoj osobnosti važan čimbenik uspjeha tekućih procesa promjena i da je prijeko potreban za održavanje poslovnog uspjeha.

2. Nedostatak međusobno obvezujuće i globalno valjane (etičke) vrijednosne orijentacije na nacionalnoj i međunarodnoj razini kao osnova za održive korporativne kulture i uspješno interkulturno upravljanje.

3. Etički način razmišljanja zamjenjuje društveno-politički i ekonomski okvir međunarodnim standardima dobrovoljnim zalaganjem za etičko ponašanje u nastojanju da zaštiti korporacijsko samoodređenje i izbjegne pretjerano stroge propise.

Kako navodi Nikolaev (2011), etička pitanja u internacionalnoj komunikaciji mogu stvoriti višestruke probleme za sve uključene. Svatko tko je ikad radio u inozemstvu zna da interkulturalni nesporazumi koji uključuju etičke aspekte predstavljaju veliku prepreku međunarodnoj suradnji. Poslovni ljudi znaju kako neznanje u odnosu na lokalne etičke standarde može pokvariti uspješan posao. Političari znaju kako jedan neosjetljiv komentar može uništiti dug i osjetljiv politički proces. Odnosi s javnošću (PR) i novinari koji rade u inozemstvu neprestano imaju problema samo zato što ne razmišljaju o razlici između lokalnih

etičkih kodeksa i vlastitih. Ukratko, važno je pogledati te kodekse i vidjeti što se može učiniti da nas se ne smatra neosjetljivim ili imperijalističkim, a da je istovremeno ugodno raditi s ljudima koji koriste druga etička pravila i propise.

6.2. Područja od interesa u istraživanju etike u interkulturalnoj komunikaciji

Mito, rasna diskriminacija, dječji rad i ulaganja u zemljama optuženim za kršenje ljudskih prava predstavljaju najčešće primjere etičkih dilema s kojima se susreću transnacionalne kompanije.

Darovi čija je svrha utjecati na prosudbu donositelja odluke zapravo su ili u osnovi mito. Kao takvi su više univerzalno priznati. To dovodi do jednog pitanja koje uključuje osnovne vrijednosti. Koje je pravilno mjesto primanja mita u poslovnom kontekstu? U zapadnim kulturama mito se obično ne smatra poštenim i često je protivno zakonu. U ovom se slučaju sukob bavi temeljnim standardima pravičnosti (Pitta, Fung, Isberg, 1999).

Razlike u ljudskim pravima i tretiranju manjina u različitim kulturama mogu se jako razlikovati. U mnogim su zemljama još uvijek uskraćena osnovna ljudska prava. Sloboda govora, udruživanja, okupljanja, kretanja, sloboda od političke represije itd. nisu univerzalno prihvaćene.

Sljedeće često spominjano pitanje je iskorištavanje razlike u plaćama zbog političkih i ekonomskih čimbenika uzrokovanih preseljenjem proizvodnih pogona u zemlje s niskim troškovima. Prirodni ishod je veća stopa nezaposlenosti, što rezultira većim troškovima socijalne sigurnosti kod kuće. Etička dimenzija ovog postupka nije u skladu s bilo kojom pravnom odredbom. Umjesto toga, predstavlja čin dobrovoljnog zalaganja i kao takav približava etičko djelovanje u njegovom pravom smislu (Thomas, 2010).

Ovo znači da kompanija nema nikakvu obligaciju da se ponaša etički, odnosno etički se mogu ponašati pojedinci unutar kompanije temeljem slušanja vlastitih moralnih načela. Tu nisu vezani zakonom. Što se pojedinac više suočava sa nekim etičkim pitanjima integriteta i dobre poslovne prakse, to se više od njega očekuje.

Područje od interesa može biti i odabir zaposlenika koji imaju etičke norme koje poduzeće nastoji kultivirati. Thomas (2010) navodi da ive etno-prijateljske karakteristike igraju ključnu ulogu u odabiru kandidata za internacionalne zadatke. Kriteriji se mogu primijeniti na cjelokupne komunikacijske vještine i mogu se primijeniti na interdisciplinarne situacije i

interakcije. Prema Thomasu (1995), neki od kriterija za odabir zaposlenika koji će biti uspješni u internacionalnoj komunikaciji su oni koji imaju karakteristike što su otvorenost prema drugim kulturama, prihvaćanje ponašanje različito od vlastitog, fizička i psihološka tolerancija na stres u nepoznatim uvjetima i sposobnost toleriranja sukobljenih interesa. Prema Eckensberger (1993, u Thomas, 2010) i Kühlmann i Stahl (2001, u Thomas, 2010), to su još tolerancija na dvosmislenost, kulturna osjetljivost, otvorenost i uvažavanje različitosti i fleksibilnosti u ponašanju.

Još jedan problem koji se razmatra u etici između kultura je pogled na zapošljavanje ili davanje ugovora prijateljima. U mnogim zapadnim zemljama, sklapanje ugovora sa obitelji i prijateljima često se može vidjeti kao neetično, jer favoriziranje osobnih veza znači da se ne uzimaju u obzir mogući bolji ugovori, proizvodi, usluge od osoba s kojima netko nije osobno vezan. Međutim, u nekim drugim zemljama, nepotizam i kronizam mogu biti dobar znak jer treba surađivati sa prijateljima—njima se može vjerovati.

Etičke dileme mogu proizaći i iz pogleda na okoliš. Kad su propisi o zaštiti okoliša u jednoj državi ili kulturi mnogo inferiorniji od propisa u drugoj zemlji ili kulturi, mogu se pojaviti etička pitanja. Mnoge države imaju čvrste propise u pogledu emisije onečišćujućih tvari, odlaganja i upotrebe otrovnih materijala, i tako dalje. Zemlje u razvoju možda nisu toliko stroge, a prema kritičarima, to rezultira znatno povećanim razinama onečišćenja od poslovanja multinacionalnih kompanija u zemljama domaćinima.

6.3. Metodološki pristupi interkulturalnoj etici

Etika u internacionalnoj komunikaciji može se gledati kroz nekoliko pristupa, a to su deskriptivni pristupi, normativni pristupi i meta-etički pristupi.

Deskriptivna etika koristi empirijske metode istraživanja za opisivanje etičkih normi koje se nalaze u određenim kulturama i obično je komparativne prirode. Macer (2006) je, na primjer, iz međukulturne perspektive proveo široka istraživanja stavova prema bioetičkim pitanjima, poput genetskog inženjerstva, zdravstvene zaštite i okoliša. Iako društvene znanosti mogu pružiti korisne izvještaje o normama koje su zapravo usvojene u različitim kulturama, one nude malo ili nimalo smjernica s obzirom na norme koje bi se mogle usvojiti kada ljudi iz različitih kultura s različitim normama zapravo komuniciraju jedni s drugima.

Na primjer, Evanoff (2020) navodi da istraživači u deskriptivnoj etici mogu primijetiti da je klanjanje rašireni oblik pozdrava u Japanu, dok je rukovanje češće na zapadu. Međutim,

društvena znanost ne može reći koji oblik pozdrava treba koristiti kada se Japanci i Amerikanci sretnu. Filozofsko pitanje koje norme treba slijediti u takvim situacijama odvojeno je od empirijskog pitanja koliko je neka određena norma široko podijeljena u određenoj kulturi. Norme se mogu analizirati i filozofski vrednovati kao ideje same za sebe, bez obzira na to u kojoj mjeri ih pojedini pojedinci ili društvene skupine zapravo koriste.

Normativna etika, navodi Evanoff (2020), razmatra koje bi se norme mogle prihvatiti među ljudima iz različitih kultura kada međusobno komuniciraju. Iako je moguće da neke etičke norme od samog početka dijele ljudi iz različitih kultura, moguće je i da se druge norme međusobno sukobe. Na primjer, neke kulture dječji brak mogu smatrati prihvatljivom društvenom praksom, dok druge kulture kršenjem ljudskih prava. Normativni pristup interkulturalnoj etici razmatra kako se mogu riješiti sukobi koji mogu nastati uslijed različitih kulturnih normi. Jednostavno na temelju empirijskih zapažanja da dvije kulture imaju proturječne norme nije dovoljno. Umjesto toga, uključene strane moraju biti u mogućnosti pregovarati o međusobno zadovoljavajućim načinima zajedničkog života i prevladavanja zajedničkih problema. Primjeri normativnih pristupa etici na međunarodnoj razini uključuju preklapajuća polja međunarodne etike i globalne etike pri čemu oba razmatraju kako bi zemlje s različitim etičkim tradicijama mogle međusobno surađivati na pitanja poput rata, siromaštva, razvoja, migracija, ljudskih prava i okoliša.

Dok se normativna etika bavi stvarnim normama koje se usvajaju među kulturama radi rješavanja međusobno suočenih problema, meta-etika razmatra postupak kojim se norme uspostavljaju međukulturno, kao i kriterije koji se koriste za opravdanje tih normi. Etičko opravdanje uključuje davanje razloga zašto određena norma treba ili ne treba biti usvojena. Na primjer, ljudi iz određenih religija mogu tvrditi da je pobačaj pogrešan jer krši norme njihove religije, dok neki nereligiozni ljudi mogu tvrditi da je pobačaj pogrešan jer krši humanitarna načela. U ovom slučaju, iako se dvije strane slažu oko određene norme - pobačaj je pogrešan - oni koriste različite meta-etičke perspektive da opravdaju tu normu. U drugim slučajevima, ljudi mogu dijeliti istu meta-etičku perspektivu, ali se ne slažu oko norme, npr. i protivnici i branitelji pobačaja mogu se složiti da se o tome treba odlučiti iz humanitarnih razloga, ali bez obzira na to ne slažu se u tome imaju li prava fetusa prednost nad pravima majke ili obrnuto. U još nekim drugim slučajevima, dvije strane mogu se razići i oko norme i zbog metaetičke perspektive, npr. neki ljudi mogu smatrati da je abortus neprihvatljiv s vjerske osnove, dok drugi mogu abortus smatrati prihvatljivim iz humanitarnih razloga (moguće je i obrnuto, naravno) (Evanoff, 2020).

Dakle, može se reći da deskriptivna etika opisuje različitosti među kulturama, normativna etika pokušava odgovoriti na pitanje koja etička načela treba usvojiti, a meta-etika pokušava odgovoriti na pitanje koji su kriteriji koji će se koristiti za vaganje različitih etičkih normi u pojedinim kulturama.

6.4. Univerzalistički, relativistički i konstruktivistički pristupi interkulturalnoj etici

Postoje tri glavna pristupa problemu kako se međukulturni dijalog o etici može učinkovito provoditi među ljudima koji prihvaćaju različita kulturna uvjerenja, a to su univerzalistički, relativistički i konstruktivistički pristupi.

Moralni univerzalizam navodi da postoje određene norme koje ljudi iz cijelog svijeta univerzalno primjenjuju i ove norme nemaju kulturne varijacije. Univerzalizam može biti induktivan i deduktivan.

Induktivni univerzalizam polazi od empirijskih istraživanja koja pokušavaju naći određena univerzalna vjerovanja, norme, načela, itd., koja se globalno primjenjuju (Evanoff, 2010). Međutim, kritika tog pristupa je da je iznimno teško naći vrlo specifična vjerovanja koja su ista baš svugdje u svijetu. Npr., neke kulture mogu imati tabue oko hrane, ali ti tabui ne moraju biti isti.

Deduktivni pristupi moralnom univerzalizmu pokušavaju etičke norme temeljiti na vjerskim ili filozofskim temeljima, često smatranim izvjesnima i nepogrešivima. Etičke norme mogu naći u objektivnoj stvarnosti, nakon što se te norme otkriju, one pružaju osnovu za donošenje presuda o određenim postupcima. Glavna poteškoća s deduktivnim pristupima interkulturnoj etici je u tome što se među raznim kulturama malo slaže oko kojih se, ako ih uopće ima, mogu smatrati temeljnim i, prema tome, univerzalnim (Evanoff, 2010). Kako navodi Evanoff (2004) vrijednosti ne postaju etične samo zahvaljujući tome što su široko prihvaćene.

Relativizam navodi da različite kulture imaju različiti pogled na to što je moralno, dobro, prihvatljivo.

Da različite kulture konceptualiziraju svijet na različite načine, drže se različitih oblika racionalnosti i grade različite vrijednosne i etičke sustave, može se uzeti kao empirijska činjenica koja je dobro dokumentirana na poljima antropologije i interkulturne komunikacije. Ali sama činjenica da postoji kulturna relativnost ne znači da je treba usvojiti kao normu. U međukulturnom dijalogu relativist traži da se zauzme tolerantan stav prema svim razlikama

koje postoje između različitih kultura bez daljnje rasprave. Valjanost se određuje kulturnim sustavom čiji je jedan dio; dakle, ono što je stvarno, istinito, ispravno i lijepo u jednom određenom kulturnom kontekstu ne mora biti stvarno, istinito, ispravno i lijepo za nekoga drugog u njegovoj određenoj kulturi. Problem s ovakvim načinom razmišljanja o tome je taj pomak od podnošenja opisne tvrdnje koja priznaje da postoje različiti načini na koje ljudi tumače svijet do izdavanja preskriptivne tvrdnje koja smatra da ljudi moraju jednostavno poštivati sve razlike koje postoje takve kakve jesu.

Evanoff (2010) navodi da je sljedeća zamjerka kulturnom relativizmu ta što ne pruža smjernice za to kako bi stranci i kulture domaćina trebali međusobno komunicirati. Određivanje mjere do koje se od stranaca može očekivati da se asimiliraju sa svojim kulturama domaćina ili da im se dopusti održavanje odvojenih kulturnih normi u ime promicanja kulturne raznolikosti ključno je pitanje s kojim se sva društva moraju suočiti prilikom prihvaćanja turista, imigranata i izbjeglica. Osim toga, kritika kulturnog relativizma je da on oslobađa druge kulture svake odgovornosti da se ponašaju solidarno sa žrtvama u drugim kulturama koje mogu patiti od ugnjetavanja.

Konstruktivizam je princip koji nastoji riješiti probleme i univerzalizma i relativizma. Prema Evanoffu (2010), konstruktivizam koristi dijalektički oblik racionalnosti koji je u stanju sudjelovati u različitim kulturnim perspektivama. Iako se ne može pretpostaviti da će pojedinci iz različitih kultura automatski doći do zajedničke perspektive na temelju zajedničkog razumijevanja, vrijednosti ili strategije rasuđivanja, zajedničko se stajalište unatoč tome može konstruirati dijaloškim postupkom u kojem obje strane kritički promišljaju pozitivno i negativno u svojoj tradiciji i maštovito nastoje integrirati pozitivne aspekte obje tradicije u širi konceptualni okvir. Potpuno nove etičke norme mogu se generirati iz specifičnih međukulturnih interakcija, a sporazum se može postići neovisno od pokušaja utvrđivanja valjanosti univerzalnih moralnih istina. U konstruktivističkom pogledu znanje, vrijednosti i etika ne mogu se izvesti iz teologije, metafizike ili prirode, već se aktivno grade.

6.5. Interkulturalni dijalog

Interkulturalni dijalog (ili polilog kada sudjeluje više osoba) razmjena je mišljenja o različitim kulturama. Ovisno o tome na koji način se pristupa interkulturalnoj etici, ovaj dijalog može imati različite krajeve. Na primjer, ako se gleda univerzalistički pristup, dijalog će biti ništa više nego pokušaj uvjeravanja drugih u istinitost i moralnu superiornost naših kulturnih

normi. Ako se gleda relativistički pristup, tu je se samo dijeliti mišljenja i iskustva o različitim kulturama.

Evanoff (2020) kaže da konstruktivizam odbacuje oba ova pristupa u korist stava da je interkulturni dijalog postupak kojim ljudi prvo stječu šire razumijevanje ljudskih mogućnosti uzimajući u obzir stavove drugih kultura, a zatim kritički ispituju norme i svoje i drugih kultura. Napokon, može se pokušati međusobno pregovarati o normama koje će upravljati odnosima između njih.

6.6. Edukacija u interkulturalnoj komunikaciji

Edukacija u interkulturnoj komunikaciji općenito se definira kao interaktivni proces u kojem se učenicima pruža prilika da steknu kulturno relevantna znanja, povećaju samosvijest i svijest o drugima, upravljaju emocionalnim izazovima i vježbaju kompetentne skupove vještina interkulturalne komunikacije. Kroz učinkovit interkulturalni trening, treneri mogu namjerno transformirati način razmišljanja, afektivne navike i ponašanja polaznika kako bi mogli kompetentno i prilagodljivo komunicirati među kulturama.

Etička pitanja koja uključuju edukaciju kod interkulturne komunikacije su sljedeća: 1. kompetencije interkulturalnog trenera, 2. kontakt s kulturom i ciljevi treninga, 3. proces transformativne promjene i interkulturalni sadržaji i pedagoška pitanja (Hafen, 2005., Paige i Martin, 1996., Ting-Toomey, 2004).

Paige i Martin (1996), na primjer, nude tri konkretne smjernice za postajanje etičkim interkulturalnim trenerom: stjecanje kulturno osjetljivih znanja, razvoj relevantnih i prilagodljivih pedagoških vještina i aktivna predanost profesionalnom razvoju. Etička pitanja koja uključuju kontakt s kulturom mogu uključivati pitanja kao što su globalizacija, tehnološka infiltracija, pitanje dominacije engleskog jezika, do pitanja vjerskog prozelitizma. Stoga etički interkulturni treneri moraju jasno razumjeti krajnje ciljeve svog kulturnog kontakta ili treninga prilagođavanja kulture. Moraju razviti set profesionalnih kodeksa koji će voditi njihovoj odluci da prihvate ugovor o osposobljavanju iz prve ruke ili da ga odbiju. Oni također trebaju uvažiti činjenicu da iskusni treneri za interkulturalno obrazovanje ili raznolikost ne promoviraju trening kao spremno rješenje kada se čini da je problem organizacijske raznolikosti ili potreba institucionalni, a ne individualni ... Institucionalne kulturne promjene proizlaze iz promjena u organizacijskim politikama i praksama - svakodnevne pretpostavke i interakcije koje se čine prirodnima, ali koje mogu stvoriti klimu

isključenosti i / ili asimilacije pod pritiskom (Hafen, 2005). Hafen (2005) stoga daje snažne argumente za razumijevanje makro čimbenika koji potkrepljuju neposredni kontekst različitosti ili treninga interkulturne komunikacije.

6.7. Strategije za rješavanje etičkih konflikata i kulturnih razlika

Kohls i Buller (1994) navode sedam pristupa rješavanju etičkih razlika. Pružaju koristan raspon mogućih opcija koje bi menadžeri mogli upotrijebiti kako bi izbjegli probleme.

Jedan od odgovora na međukulturne etičke razlike je izbjegavanje. Izbjegavanje se koristi u mnogim područjima općeg poslovnog sadržaja, a ne samo u području etike. Na primjer, izbjegavanje se često koristi u obiteljima i poslovnim odnosima. U tom slučaju partneri mogu ignorirati problem u nadi da će nestati. Prečesto se problem nastavlja sve dok ne ispliva na površinu. Izbjegavanje je potencijalno korisna strategija za jače dvije strane. Posebno je korisno kada su troškovi sučeljavanja visoki. Na primjer, šef može preferirati status quo. U brojnim primjerima može ignorirati prigovore ili zahtjeve za poboljšanje plaće, radnih uvjeta, naknada ili drugih skupih promjena. Moć mu može omogućiti da zadrži status quo. U međukulturnom poslovnom odnosu izbjegavanje se ponekad koristi kada je jedna strana jača od druge. Dobavljač ili agent mogu se ponašati neetično, ali suočavanje s aktivnošću može rezultirati gubitkom prodaje ili tržišnog udjela. Dakle, troškovi sučeljavanja mogu biti previsoki.

Druga strategija rješavanja je prisiljavanje. Prisiljavanje jednostavno znači da jedna stranka forsira svoju volju drugoj. Kao i kod izbjegavanja, za ovu je strategiju potrebna snaga. Jača stranka može zahtijevati svoj put. Na primjer, uvoznici s kontroliranim pristupom domaćim tržištima mogu zahtijevati ustupke ili specifično ponašanje svojih dobavljača. Tržišta u nekim gospodarstvima su ili su u osnovi bila zatvorena za vanjske tvrtke. U prošlosti je bilo gotovo nemoguće da američka tvrtka uspostavi poslovnu operaciju u Japanu, bez jakog domaćeg partnera. Ova se situacija očituje u velikom broju zajedničkih ulaganja u Japanu. U takvom odnosu japanski partner može zahtijevati da se stvari rade na poseban način koji bi mogao biti u sukobu s američkom praksom.

Treća mogućnost je korištenje kombinacije obrazovanja i uvjeravanja. Zapadne tvrtke koje posluju u stranim zemljama imaju priliku priopćiti prednosti sigurnosti zaposlenika i politike upravljanja ljudskim resursima. Prednost ove strategije je što koristi komunikaciji.

Četvrto na popisu je obrazovanje i uvjeravanje. To se odnosi na širenje ideje ili principa u društvu. Marketinške ideje, poput potrošačke orijentacije ili naglaska na kvaliteti proizvoda, služe kao primjeri ideja koje su iz SAD-a uvedene u nekoliko drugih kultura.

Strategija donekle povezana s obrazovanjem i uvjeravanjem su pregovori i kompromisi. Temelji se na komunikaciji i vodi do neke vrste nagodbe. Međutim, u ovom slučaju obje se strane možda moraju odreći nečega ± kompromisa. Ovaj postupak može rezultirati time da se jedna ili obje strane osjećaju nezadovoljnim ishodom koji rezultira. Implikacija može biti da ništa doista nije riješeno.

Šesta strategija, prilagođavanje, rezultira kada se jedna strana prilagodi etici druge. Strana tvrtka može se složiti s etičkim stajalištem američkog partnera jer u suprotnom nije moguće obavljati nikakvu djelatnost.

Posljednja strategija, suradnja i rješavanje problema mogu rezultirati najboljim ishodom. Prema strategiji suradnje i rješavanja problema, obje strane mogu zajedno raditi na postizanju obostrano korisnog i prihvatljivog rješenja (Pitta, Fung, Isberg, 1999).

Prema Ast (2018), Enderle je razvio taksonomiju četiri tipične filozofije koje vode politiku kada se domaći i strani standardi razlikuju:

- „strani“ tip prilagođava prakse podružnica zakonima i običajima zemlje domaćina pod pojmom „kad ste u Rimu, ponašajte se kao Rimljani“,
- „imperijski“ tip održava domaće standarde gotovo nepromijenjenima,
- „međusobno povezan“ tip je onaj u kojem se tvrtka ne smatra pripadnikom određene nacionalnosti, već određene regije, poput Europske unije. U svojim inozemnim operacijama koristi se regionalnim standardima,
- „globalni“ tip tvrtke ne vjeruje da je pripadnost nekoj zemlji relevantna za praksu međunarodnog poslovanja. Te tvrtke smatraju da činjenica da je matična tvrtka, recimo, u SAD-u, ne stvara nikakvu obvezu pridržavanja američkih standarda. Američka tvrtka mogla bi se koristiti europskim standardima o pitanjima zaštite okoliša i drugim pravilima za radna pitanja (Ast 2018).

6.8. Odgovor društva

S obzirom na sve veće širenje diskursa oko etičkog ponašanja u poslovanju, vlade, civilne zajednice i korporacije počele su stvarati svoje smjernice za ponašanje.

Zakon o stranim korupcijskim postupcima 1977. godine bio je rani primjer nacionalne regulacije s međunarodnim dosegom, budući da je utjecao na aktivnosti američkih tvrtki u inozemstvu. Zakon Sarbanes-Oxley iz 2002. godine uspostavio je niz etičkih standarda kojih se moraju pridržavati sve tvrtke koje posluju u SAD-u. Zbog velike veličine američke ekonomije, američki regulatori mogu utjecati na korporativno ponašanje širom svijeta. Međutim, manja su društva ranjiva. Čvrsti propisi o radu ili okolišu mogu dovesti do bijega kapitala u zemlje s nižim standardima. Generalni tajnik UN-a Kofi Annan pokrenuo je 1999. Globalni dogovor, uspostavljajući niz načela o ljudskim pravima, radu, okolišu i korupciji preuzetih iz obveza koje su vlade preuzele u različitim UN-ovim paktima, poput Univerzalne deklaracije (1948), Deklaracije iz Rija o okolišu i razvoju (1992.), Temeljna načela i prava na radu Međunarodne organizacije rada (1998.) i Konvencija UN-a protiv korupcije (2003). U rujnu 2015. godine brojne su zemlje usvojile ciljeve održivog razvoja (SDG), skup od 17 globalnih ciljeva koji pokrivaju širok spektar socijalnih pitanja poput siromaštva, gladi, zdravstva, obrazovanja, klimatskih promjena, ravnopravnosti spolova i socijalne pravde. Postignuti do 2030. ciljevi održivog razvoja vjerojatno će postati važan izvor smjernica za ponašanje multinacionalnih korporacija u godinama koje dolaze (Ast, 2018).

Uz bojkot izazvan određenim situacijama, globalno civilno društvo razvilo je i formalnije pokušaje stvaranja društveno odgovornih standarda. Pokret fokusiran na poštenu trgovinu (eng. *fair trade*) stvorio je poseban certifikat koji jamči da proizvod nije proizveden u nasilnim uvjetima i da je za sirovine plaćena poštena cijena.

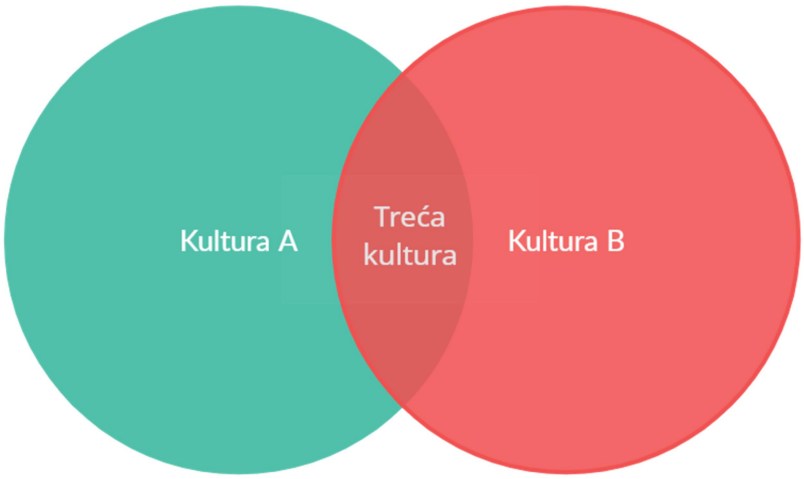
Koncept poštene trgovine započeo je 1986. godine u zakladi Max Havelaar u Nizozemskoj. Nakon početka rada u industriji kave, ovaj koncept proširio se na med, banane, čaj i sok od naranče. Na važnosti je dobio 2000. godine kada je Starbucks najavio uvođenje mješavine kave poštene trgovine. Inicijativa za globalno izvještavanje (GRI) stvorena je 1997. godine projektom Koalicije za ekološki odgovorna gospodarstva i Programa Ujedinjenih naroda za okoliš. Ova neprofitna organizacija razvila je najčešće korišteni standard za kontrolu prakse korporativne održivosti. Cilj GRI okvira je povećati dosljednost i sveobuhvatnost izvješća o održivosti, zahtijevajući od tvrtki da predstave obilne informacije u pogledu korporativne

strategije, operativnog profila i sustava upravljanja, kao i podatke o 50 pokazatelja uspješnosti koji se odnose na njegovu gospodarsku aktivnost i utjecaj na okoliš. 2000. godine oko 50 organizacija koristilo je GRI principe kako bi izvijestilo o svojim rezultatima održivosti. Broj je progresivno rastao do današnjih dana, u kojima se procjenjuje da ih koristi više od 4000 tvrtki iz više od 60 zemalja. Tvrtke koje sudjeluju u Globalnom dogovoru Ujedinjenih naroda dužne su podnijeti izvješća slijedeći GRI smjernice. Zauzvrat, oni imaju pravo koristiti pečat Global Compact-a na svojim proizvodima koji ih uspostavlja kao društveno odgovorne tvrtke prema potrošačima i ostalim dionicima (Ast, 2018).

Ast (2018) navodi da je glavni odgovor korporacija na moralne izazove globalizacije bio razvoj globalnih etičkih kodeksa. Većina pojedinačnih kodeksa poduzeća i industrijskih standarda pojavila se nakon sredine 1970-ih. U SAD-u su mnogi došli kao odgovor na strane skandale za podmićivanjem, dok su drugi reagirali na široko rasprostranjene pozive na veću društvenu odgovornost. Kodeksi ponašanja pomažu u razjašnjavanju internih politika i postupaka, promiču zajednički identitet tvrtke među raznolikom međunarodnom radnom snagom i prenose standarde vanjskim dionicima. Dobrovoljni kodeksi mogu pomoći u poticanju odgovarajućeg ponašanja i smanjenju pritisaka na obvezno vladino djelovanje.

6.9. Stvaranje treće kulture

Stvaranje treće kulture (eng. *third culture building; TCB)*, ili teorija stvaranja treće kulture, je holistički pristup u internacionalnim komunikacijama koji spaja različite kulture. Slikovno je teorija prikazana na Slici 1. u nastavku.



Slika 1. Prikaz teorije stvaranja treće kulture

Izgradnja treće kulture u osnovi se bavi uspostavljanjem okruženja u kojem se mogu odvijati optimalna komunikacija i interakcija između predstavnika različitog podrijetla, ili kako to kažu Casmir i Asuncion-Lande (1989) mora se osigurati mogućnost stvaranja treće ili nove kulture koja se ne služi samo ranijim sastavnim dijelovima, već koja može stvoriti nove uvide, nove ciljeve, nove tehnike i nove uloge, upravo zato što raznolikost iskustva zahtijeva nešto novo bez dominacije bilo kojim od partnera koji doprinose procesu. Izgradnja treće kulture je možda više metodologija nego teorija.

Temeljne pretpostavke izgradnje treće kulture, prema Casmiru i Asuncion-Lande (1989), su kako slijedi:

1. Otvorena je. Ne samo da je sposobna apsorbirati dodatne elemente, već ima i potencijal trenutnog rasta.
2. Ekspanzivna je. Može proširiti svoje kontekstualne granice tako da uključuje pojedinačne, organizacijske, institucionalne i posredovane komunikacijske situacije.
3. Reagira na nove zahtjeve koji proizlaze iz stalnih prilagodbi kako bi se uskladila vlastita percepcija i očekivanja sudionika i međusobne situacije.
4. Orijentirana je na budućnost tako što treća kultura označava početak umjesto krajnje točke zajedničkog ulaganja koji se može nastaviti s vremenom.

Kako navodi Chuang (2010) prva bitna kvaliteta TCB-a je praksa koja započinje s donje ili intrapersonalne razine. To je organski proces u kojem pojedinci odvajaju svoja uvjerenja ili kognitivne okvire kako bi uzajamno stvorili nešto novo. Stoga je riječ o kreativnoj transformaciji koja nastoji uspostaviti treću kulturu koja prije nije postojala. Druga bitna kvaliteta TCB-a konceptualni je postupak za međusobno komuniciranje i razumijevanje sudionika. TCB pomaže stvoriti zajednički temelj za sudionike. Treća kvaliteta odnosi se na egalitarni pristup TCB-a, koji promiče pravednost i demokratski proces. Sve potrebe sudionika imaju jednaku težinu i nijedan entitet ne dominira drugim. Ovaj se uzajamno koristan proces ne oslanja na jednaku količinu doprinosa obje interakcije, već se temelji na „uzajamno dogovorenim potrebama". Četvrta bitna kvaliteta TCB-a zahtijeva samorefleksiju i samootkrivanje sudionika prije stjecanja znanja druge osobe. Sudionici moraju prvo upoznati sebe, a zatim rasti dok zajedno putuju. Peta bitna kvaliteta formiranja TCB-a je razumijevanje da ovaj proces zahtijeva namjerne i svjesne napore obje strane u komunikaciji. Ovdje je

ključno uzajamno postizanje zajedničkih ciljeva otvorenom komunikacijom. Šesta bitna kvaliteta TCB-a su proaktivne akcije. TCB priznaje da je kultura sveprisutna, ali ne predodređuje ponašanje. Kultura nas ne programira na bezumne obrasce poticaj-odgovor. U okruženju kultura kao proces, umjesto u kulturi kao statičnom-objektu, obje strane uzajamno odlučuju o načinu pristupanja kulturnoj prilagodbi i određuju hoće li zadržati ili odbaciti postojeće društvene sustave ili kulturnu praksu. Sedma bitna kvaliteta TCB-a predviđa obostrano korisne i zadovoljavajuće rezultate za sve uključene strane. Ti bi pozitivni ishodi trebali biti trajni i usmjereni prema budućnosti. Posljednja bitna kvaliteta TCB-a je tvrdnja da TCB-u treba vremena za razvoj. Proces TCB nastavlja se sve dok sudionici nastavljaju svoje kontakte.

TCB se ne temelji samo na pokušaju postizanja rezultata koje žele svi sudionici, nego uključuje i zajednički razvoj standarda i metoda za postizanje tih ciljeva.

7. Izabrani primjeri

U ovom poglavlju prikazat će se neki specifičniji primjeri razlika među kulturama, kao i etičkih dilema i kršenja u interkulturalnom kontekstu.

7.1. Različite perspektive u Kini i na zapadu

Kao što je već spomenuto, mito i korupcija općenito nisu dozvoljeni u poslovanju ako se gledaju zapadne etičke norme.

U nekim slučajevima postoje kulturološke razlike u odgovarajućem odnosu između poduzeća i njegovih dionika. Nakon kineske integracije u globalno gospodarstvo, znanstvenike je zanimao etički status *guanxija*, neformalne mreže razmjene usluga među tvrtkama i javnim službenicima. Budući da se ne radi o posebnom plaćanju za određenu uslugu, guanxi se ne uklapa u uobičajenu definiciju podmićivanja. Zagovornici guanxija tvrde da se definicija mita temelji na zapadnjačkom konceptu nepristranosti koji ne moraju nužno dijeliti sve kulture. Kritičari tvrde da je guanxi sličan zapadnoj mafijaškoj praksi „danas me češeš po leđima, a sutra ću ja po tvojima“. Nejasno je predstavljaju li ove razmjene usluga oblik korupcije ili je to legitiman način poslovanja na kineskom tržištu (Ast, 2018).

7.2. Dar ili mito

Ting-Toomey (2011) daje primjer poduzeća ABC koje je imalo problem s različitim perspektivama oko davanja mita. ABC Inc. suočio se s pitanjem potrebe plaćanja mita u određenoj zemlji, sa potpunim znanjem da to ne bi trebali činiti etički. Činilo se da je jedino jasno rješenje bilo odustajanje od poslovanja, ali ABC Inc. koristio je svoju poslovnu pamet. ABC Inc. nekako je saznao da mito nisu stavljali pojedinci u džep, već ga stavljali u komunalni fond za rad potreban lokalnoj zajednici. Saznavši za potrebe zajednice, ABC Inc. ponudio je pomoć lokalnim dužnosnicima u postavljanju škole i bolnice za građane. Doprinosi su davani otvoreno i smatrani su dijelom korporativne misije i društvene odgovornosti tvrtke. Poslije je lokalna zajednica s oduševljenjem dočekala i primila tvrtku. Zajednica je bila zadovoljna izdašnim darivanjem i smatrala je da je poduzeće pokazalo „dobru vjeru“ u razvoju potencijalno dugoročnog partnerstva sa zajednicom.

Ovdje je ispalo da je poduzeće napravilo dobru stvar jer su na određeni način pomogli zajednici bez profitiranja pojedinaca. Međutim, u samom pitanju kulturološkog primanja mita nije se ništa promijenilo i stvar je bila zaboravljena.

Je li etično da ABC Inc. i dalje daje novac kulturnoj zajednici u ime „dobrotvorne organizacije? Koja je njihova stvarna motivacija i namjera? Koje su njihove radnje i posljedice? Nastavljaju li s iskorištavanjem lokalnog stanovništva ili zapravo rade nešto pozitivno što bi koristilo lokalnoj zajednici u kratkom i dugoročnom razdoblju? Koje su veće kulturne vrijednosti i norme u vezi s „darivanjem“ u ovom određenom kulturnom okruženju? Koje su dublje funkcije i značenja poslovnog „darivanja“ u ovoj kulturi? Koje su kulturne vrijednosti i društvene norme u vezi s „darivanjem“ ili „podmićivanjem“ u kulturi koja se temelji na domu? Koje su pozitivne naspram negativnih posljedica za kućnu zajednicu tvrtke ABC? Bi li se ista praksa oprostila i u zajednici sa sjedištem u kući? Je li lokalna zajednica doista imala koristi od „dara“ i na kratkoročnoj i na dugoročnoj vremenskoj osnovi? Je li lokalna zajednica imala konsenzus ili različita mišljenja u vezi s ovim prilogom „darivanja“ ili „dobrotvornog darivanja“? (Tim-Tooney, 2011).

7.3. Različiti standardi sigurnosti radnika

Brod SS Sjedinjene Države bio je jedan od najluksuznijih kruzera pedesetih godina 20.-og stoljeća. Devedesetih godina je tvrtka odlučila obnoviti ga, što je zahtijevalo uklanjanje azbesta s broda. Provođenje zadatka prema američkim strogim normama o sigurnosti radnika koštalo bi 100 milijuna dolara. Tvrtka je odlučila posao prenijeti u Tursku, gdje je trošak iznosio samo 2 milijuna dolara. Budući da im napokon turske vlasti to nisu dopustile iz straha da će radnici dobiti rak, brod je odvučen do ruske luke Sevastopol, gdje je azbest uklonjen za još manje novaca, zahvaljujući još nižim standardima u sigurnosti radnika (Ast, 2018).

8. Zaključak

Etika u interkulturalnoj komunikaciji kompleksno je područje istraživanja zbog različitog i velikog broja kultura koje međusobno lakše ili teže globalno koegzistiraju. Etika predstavlja skup načela moralnog ponašanja nekog društva ili društvene skupine koja se zasnivaju na temeljnim društvenim vrijednostima kao što su dobrota, poštenje, ljudskost itd. Etika prije svega proučava ljudsko ponašanje i poimanje morala koje se razlikuje u kulturama.

Kulturu se može definirati kao složenu cjelinu koja uključuje znanje, vjerovanje, umjetnost, moral, pravo, običaje i sve druge sposobnosti i navike koje je čovjek dobio kao član društva. Kultura se uvijek očituje u sustavu orijentacije tipičnom za zemlju, društvo, organizaciju ili grupu. Ovaj se sustav orijentacije sastoji od specifičnih simbola poput jezika, govora tijela, mimike, rituala, odjeće i pozdravljanja, a prenosi se na buduće generacije iz odgovarajućeg društva, organizacije ili grupe. Ovaj sustav orijentacije pruža svim članovima osjećaj pripadnosti i uključenosti u društvo ili grupu i stvara okruženje u kojem pojedinci mogu razviti jedinstveni osjećaj sebe i učinkovito funkcionirati.

Kako bi vladali i uvažavali kulturološke različitosti, vrlo je važno interkulturalno učenje. Interkulturalna komunikacija odnosi se na komunikaciju između različitih kultura i socijalnih grupa, razumijevanje drugih kultura, izbjegavanje stereotipa i predrasuda u komunikaciji i poslovanju s ljudima drukčijih kulturoloških i poslovnih kultura. Interkulturna komunikacija je komunikacija između ljudi s različitim kulturnim identitetima. Jedan od razloga zbog čega bi interkulturna komunikacija trebala biti predmet proučavanja je poticanje veće samosvijesti.

Etička pitanja u internacionalnoj komunikaciji mogu stvoriti višestruke probleme za sve uključene, stoga ih je vrlo važno izučavati. Samim učenjem stvara se otvorenost i tolerancija prema drugačijem, a to pomaže u mnogim situacijama gdje postoje veliki etički konflikti i razlike, posebice u poslovanju.

Etika u internacionalnoj komunikaciji može se gledati kroz nekoliko pristupa, a to su deskriptivni pristupi, normativni pristupi i meta-etički pristupi. Deskriptivna etika koristi empirijske metode istraživanja za opisivanje etičkih normi koje se nalaze u određenim kulturama i obično je komparativne prirode. Normativna etika razmatra koje bi se norme mogle prihvatiti među ljudima iz različitih kultura kada međusobno komuniciraju. Meta-etika razmatra postupak kojim se norme uspostavljaju međukulturno, kao i kriterije koji se koriste za opravdanje tih normi.

Neka područja primjene etike u interkulturnoj komunikaciji su: mito, rasna diskriminacija, dječji rad i ulaganja u zemljama optuženim za kršenje ljudskih prava, nepotizam, kronizam i slično.

Postoje tri glavna pristupa problemu kako se međukulturni dijalog o etici može učinkovito provoditi među ljudima koji prihvaćaju različita kulturna uvjerenja, a to su univerzalistički, relativistički i konstruktivistički pristupi. Moralni univerzalizam navodi da postoje određene norme koje ljudi iz cijelog svijeta univerzalno primjenjuju i ove norme nemaju kulturne varijacije. Relativizam navodi da različite kulture imaju različiti pogled na to što je moralno, dobro, prihvatljivo, i ne smije se osuđivati. Konstruktivizam koristi dijalektički oblik racionalnosti koji je u stanju sudjelovati u različitim kulturnim perspektivama. Potpuno nove etičke norme mogu se generirati iz ljudskih interakcija.

Kao odgovor na etička pitanja, u praksi i teoriji stvorili su se razni odgovori, kao što su interkulturalni dijalog, edukacija i trening u interkulturalnoj komunikaciji, kao i razne strategije rješavanja kulturalnih konflikata—kao što su izbjegavanje, prisiljavanje, obrazovanje i uvjeravanje, prilagođavanje, i slično.

Stvaranje treće kulture bavi se uspostavljanjem okruženja u kojem se mogu odvijati optimalna komunikacija i interakcija između predstavnika različitog podrijetla. Ono može stvoriti nove uvide, nove ciljeve, nove tehnike i nove uloge, upravo zato što raznolikost iskustva zahtijeva nešto novo bez dominacije bilo kojim od partnera koji doprinose procesu.

Literatura

1. Ast, F. (2018). The Moral Dilemmas of Global Business. Globalization. Edited by George Yungchih Wang. London: IntechOpen, str. 103-22.
2. Casmir, F.L. i Asuncion-Lande, N. C. (1989). Intercultural communication revisited: conceptualization, paradigm building and methodological approaches. Communication Yearbook 12. Newbury Park: Sage.
3. Delanoy, W. (2020). What is Culture?. U: Rings, G., i Rasinger, S. (Eds.). (2020). The Cambridge Handbook of Intercultural Communication. Cambridge: Cambridge University Press.
4. Enciklopedija.hr (2012). Supkultura. Dostupno na: https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=58838 (pristup: 10.7.2021)
5. Evanoff, R. J. (2004). Universalist, relativist, and constructivist approaches to intercultural ethics. International Journal of Intercultural Relations, 28(5), 439–458.
6. Evanoff, R. (2020). Introducing intercultural ethics. U: Rings, G., i Rasinger, S. (Eds.). (2020). The Cambridge Handbook of Intercultural Communication. Cambridge: Cambridge University Press.
7. Fox, R. (2001) Poslovna komunikacija. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada
8. Glavaš, J. (2017). Komunikacija, Poslovno komuniciranje, verbalna i neverbalna komunikacija. Dostupno na: http://www.efos.unios.hr/poslovno-komuniciranje/wp-content/uploads/sites/226/2013/04/PK_Predavanje-2_-Komunikacija-Poslovno-komuniciranje-Verbalna-Neverbalna_EFOS-2017.pdf (pristup: 10.7.2021)
9. Grannan, C. (2016). What's the Difference Between Morality and Ethics?. Encyclopedia Britannica. Dostupno na: https://www.britannica.com/story/whats-the-difference-between-morality-and-ethics (pristup: 10.7.2021)
10. Hafen, S. (2005). Cultural diversity training: A critical (ironic) cartography of advocacy and oppositional silences. In G. Cheney & G.A. Barnett (Eds.), International and multicultural organizational communication (pp. 3-43). Cresskill, NJ: Hampton Press.
11. Hanson, E. C. (2010). A history of international communication studies. U: Oxford Research Encyclopedia of International Studies.

12. Karpati, T (2001). Etika u gospodarstvu. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku

13. Koprowska, J. (2008): Communication and Interpersonal Skills in Social Work, Exeter: Learning Matters.

14. Macer, D. (2006). A Cross-cultural Introduction to Bioethics. Christchurch, NZ: Eubios Ethics Institute.

15. Martin, J. N., i Nakayama, T. K. (2010). Intercultural communication and dialectics revisited. The handbook of critical intercultural communication, str. 59-83.

16. Nadrljanski, M. (2010). Komunikologija i menadžment. Split: Redak

17. Nideffer, R. (n.d.) Chapter 8. Characteristics of Culture. Dostupno na: https://nideffer.net/classes/GCT_RPI_S14/readings/Chap8CharacteristicsofCulture.htm

18. Nikolaev, A. G. (2011). Introduction: The essence of the debate. In Ethical issues in international communication (pp. 1-19). London: Palgrave Macmillan.

19. Paige, M., i Martin, J. (1996). Ethics in intercultural training. In D. Landis & R. Bhagat (Eds.), Handbook of intercultural training (2.ed. str. 35-60). Thousand Oaks, CA: Sage.

20. Pavić, Ž. (2011). Etika i poslovne komunikacije. Beograd: Univerzitet Singidunum.

21. Perić, J. (2018). Etika i poslovna etika. Dostupno na: http://www.efos.unios.hr/poslovna-etika-2/wp-content/uploads/sites/352/2019/03/PE_poslovna-etika_120319.pdf (pristup: 10.7.2021)

22. Pitta, D. A., Fung, H. G., & Isberg, S. (1999). Ethical issues across cultures: managing the differing perspectives of China and the USA. Journal of consumer marketing.

23. Thomas, A. (2010). 1.1 Culture and Cultural Standards. Handbook of intercultural communication and cooperation, 1, 17.

24. Ten Thije, J.D. (2020). What is International Communication?. U: Rings, G., i Rasinger, S. (Eds.). (2020). The Cambridge Handbook of Intercultural Communication. Cambridge: Cambridge University Press.

25. Ting-Toomey, S. (2004). Translating conflict face-negotiation theory into practice. In D. Landis, J. Bennett, & M. Bennett (Eds.), Handbook of intercultural training (3. ed., str. 217-248). Thousand Oaks, CA: Sage Publications

26. Ting-Toomey, S. (2011). Intercultural communication ethics: Multiple layered issues. In The handbook of communication ethics (str. 355-372). Routledge.

27. Twin, A. (2021). Business Ethics. Investopedia. Dostupno na: https://www.investopedia.com/terms/b/business-ethics.asp (pristup: 10.7.2021)

28. University of the Pacific (n.d.) Context of Cultures: High and Low. Dostupno na: https://www2.pacific.edu/sis/culture/pub/context_cultures_high_and_lo.htm (pristup: 10.7.2021)

Popis slika

Slika 1. Prikaz teorije stvaranja treće kulture..... 27