

Interkulturalna komunikacija - analiza razlika u komunikaciji između različitih kultura

Češljar, Mihaela

Undergraduate thesis / Završni rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Academy of Arts and Culture in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:251:533153>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-09**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the Academy of Arts and Culture in Osijek](#)



SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA KULTURU, MEDIJE I MENADŽMENT
SVEUČILIŠNI PRIJEDIPLOMSKI STUDIJ KULTURE, MEDIJA I
MENADŽMENTA

MIHAELA ČEŠLJAR

**INTERKULTURALNA KOMUNIKACIJA -
ANALIZA RAZLIKA U KOMUNIKACIJI
IZMEĐU RAZLIČITIH KULTURA**

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:

doc. dr. sc. Luka Alebić

SUMENTORICA:

dr. sc. Snježana Barić-Šelmić

Osijek, 2024.

SAŽETAK

U današnjem globalno povezanom svijetu, sposobnost premošćivanja kulturnih razlika postaje ključna. Stavljanjem naglaska na interakciju između ljudi iz različitih kulturnih sredina, interkulturalna komunikacija ima za cilj objasniti i premostiti razlike u vrijednostima, normama i komunikacijskim stilovima, čime se olakšava razmjena ideja i informacija. Također, učinkovitom interkulturalnom komunikacijom mogu se smanjiti nesporazumi i izbjeći sukobi. Ovaj rad istražuje temeljne elemente kulture, komunikacije i interkulturalne komunikacije, s naglaskom na razlike između kultura u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji. Na taj način, rad pruža uvid u to kako geste, pokreti i izrazi mogu imati različita značenja u različitim kulturama te naglašava važnost razumijevanja tih razlika prije uključivanja u komunikaciju. Sposobnost uvažavanja tih razlika postaje sve važnija, zbog čega raste i potreba za interkulturalnim dijalogom.

Ključne riječi: interkulturalna komunikacija, interkulturalnost, komunikacija, kultura

ABSTRACT

In today's globally connected world, the ability to bridge cultural differences is becoming increasingly essential. By emphasizing the interaction between people from diverse cultural backgrounds, intercultural communication aims to explain and bridge differences in values, norms, and communication styles, thereby facilitating the exchange of ideas and information. Effective intercultural communication can reduce misunderstandings and conflicts. This thesis explores the fundamental elements of culture, communication, and intercultural communication, with an emphasis on the differences between cultures in verbal and nonverbal communication. It provides insight into how gestures, movements, and expressions can hold different meanings across cultures, highlighting the importance of understanding these differences before engaging in communication. The ability to appreciate these differences is becoming increasingly important, underscoring the growing need for intercultural dialogue.

Keywords: communication, culture, intercultural communication, interculturality

SADRŽAJ

| | |
|--|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 2. KULTURA | 2 |
| 2.1. DEFINICIJE KULTURE | 2 |
| 2.2. ELEMENTI KULTURE | 4 |
| 2.3. KULTURNI IDENTITET..... | 6 |
| 3. KOMUNIKACIJA | 8 |
| 3.1. DEFINICIJA KOMUNIKACIJE | 8 |
| 3.2. KOMUNIKACIJSKI PROCES | 9 |
| 3.2.1. Pošiljalac..... | 9 |
| 3.2.2. Poruka..... | 9 |
| 3.2.3. Primalac | 10 |
| 3.2.4. Komunikacijski kanal / medij | 11 |
| 3.2.5. Povratne informacije (feedback)..... | 12 |
| 3.2.6. Šumovi (smetnje) u komunikacijskom kanalu | 12 |
| 3.3. OBLICI KOMUNIKACIJE | 13 |
| 3.3.1. Usmena (verbalna) komunikacija | 13 |
| 3.3.2. Pisana komunikacija | 13 |
| 3.3.3. Neverbalna komunikacija..... | 14 |
| 4. INTERKULTURALNA KOMUNIKACIJA..... | 15 |
| 4.1. DEFINICIJA INTERKULTURALNOSTI | 15 |
| 4.2. INTERKULTURALNA KOMUNIKACIJA..... | 16 |
| 5. ANALIZA RAZLIKA U KOMUNIKACIJI IZMEĐU RAZLIČITIH KULTURA..... | 18 |
| 5.1. RAZLIKE U VERBALNOJ KOMUNIKACIJI..... | 19 |
| 5.1.1. Komplimenti | 19 |
| 5.1.2. Šutnja..... | 19 |
| 5.1.3. Tabui..... | 19 |
| 5.2. RAZLIKE U NEVERBALNOJ KOMUNIKACIJI | 20 |
| 5.2.1. Odijevanje | 20 |
| 5.2.2. Pokreti | 20 |
| 5.2.3. Dodir | 21 |
| 5.2.4. Osmijeh | 21 |
| 5.2.5. Parajezik | 21 |

| | |
|--|----|
| 5.2.6. Način pozdravljanja | 22 |
| 6. ZAPREKE U INTERKULTURALNOJ KOMUNIKACIJI | 23 |
| 6.1. SOCIOKULTURNE ZAPREKE..... | 23 |
| 6.1.1. Grupno mišljenje | 23 |
| 6.1.2. Sukob vrijednosti i uvjerenja | 24 |
| 6.1.3. Stereotipi i etnocentrizam | 25 |
| 6.1.4. Jezik i žargon | 25 |
| 7. ZAKLJUČAK..... | 26 |
| 8. LITERATURA | 27 |

1. UVOD

Činjenica je da se živi u dobu neviđene globalne, informacijske i komunikacijske povezanosti, digitalizacije, multikulturalnosti, migracija i općenite dostupnosti. Sve manje i manje ljudi živi samo u lokalnom ili regionalnom društvenom poretku. Više nego ikad prije, svijet sada karakterizira međusobna povezanost i međuovisnost globalne zajednice (Samovar et al., 2012: 1).

Kako društva postaju sve više prožeta različitim kulturama i kulturnim identitetima, postaje važnije nego ikad usvojiti sposobnost premošćivanja kulturnih razlika. U tom smislu, interkulturalna komunikacija pojavila se kao ključno polje proučavanja. Stavljajući naglasak na interakciju između ljudi iz različitih kulturnih sredina, interkulturalna komunikacija nastoji objasniti i približiti razlike u vrijednostima, normama i stilovima komunikacije te na taj način olakšati razmjenu ideja i informacija.

Učinkovitom interkulturalnom komunikacijom značajno se mogu smanjiti nesporazumi i sukobi, ali i iskoristiti različite perspektive za postizanje inovativnih rješenja i obogaćivanje odnosa.

Cilj ovog rada jest istražiti i prikazati temeljne elemente kulture, komunikacije i interkulturalne komunikacije, uključujući kulturni identitet, komunikacijski proces kao i zapreke u interkulturalnoj komunikaciji. Analizirajući razlike u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji između različitih kultura, rad nastoji pružiti uvid u to kako pojedine geste, pokreti, izrazi i sl. imaju različita značenja u različitim kulturama te kako je ključno proučiti te razlike prije upuštanja u komunikaciju.

Prikazom složenosti interkulturalne komunikacije, naglašava se važnost međusobnog razumijevanja, suradnje i poštovanja među pojedincima iz različitih kulturnih sredina. Poboljšanjem razumijevanja utjecaja kulture na komunikaciju, kvalitetnije se komunicira s drugima u sve raznolikijem i povezanijem svijetu.

2. KULTURA

2.1. DEFINICIJE KULTURE

Pojam kulture gotovo je neizbježan u svakodnevnom jezičnom izražavanju, kako verbalnom, tako i pisanom. Izraz je to koji se upotrebljava za označavanje širokog spektra različitih pojava, simbola, događaja ili fenomena. Kako navodi Mesić (2007: 159): “Pojam kulture jedan je od najstroženijih u humanističkim i društvenim znanostima”. Složenosti ovog pojma svjedoči i činjenica postojanja više od 100 različitih definicija istog koje su se mijenjale tijekom dugog niza godina. Prema White (2022) američki antropolozi Kroeber i Kluckhohn u djelu *Kultura: Kritički pregled pojmova i definicija* iz 1952. godine citirali su 164 definicije kulture koje su obuhvaćale različita značenja, primjerice "naučeno ponašanje", "logička konstrukcija", “mehanizam psihičke obrane” i sl.

Kako tvrdi Mesić (2007: 160), prvotno etimološko značenje pojma podrazumijeva obrađivanje zemlje i duha, odnosno u konkretnom smislu kultura se predstavlja kao pojam suprotstavljen prirodi. Drugim riječima, u kulturi postoje aspekti onoga što je stvorio ili naučio sam čovjek, onoga što priroda više nije sama po sebi. Autor dalje tvrdi da se kulture tradicionalno shvaćaju u smislu sveobuhvatnih duhovnih okvira, koji svojim pripadnicima oblikuju viđenje svijeta i ostalih kultura. Autor navodi odrednice kulture koje uključuju način na koji pojedine zajednice zauzimaju određeni teritorij i obrasce komunikacije između članova iste. U temeljne elemente kulture obično se ubrajaju društveni oblici poput jezika, obreda, tradicija, običaja i mitova, a karakteristično je i da članovi kulture dijele osjećaj međusobne povezanosti i solidarnosti.

Prema *Hrvatskoj enciklopediji* Leksikografskog zavoda (n.d.) definicija kulture glasi: “Pojam koji obično označava složenu cjelinu institucija, vrijednosti, predodžaba i praksi koje čine život određene ljudske skupine, a prenose se i primaju učenjem”. *Hrvatska enciklopedija* (n.d.) dalje objašnjava kako je u djelu E. B. Tylora *Primitivna kultura* iz 1871. godine navedena prva znanstvena definicija koja se smatra i najširokom definicijom kulture, a uključuje znanje, zakone, vjeru, morale, umjetnost i običaje. “Kultura ili civilizacija, uzeta u svom širokom etnografskom smislu, je ona složena cjelina koja uključuje znanje, vjerovanje, umjetnost, moral, zakon, običaje i sve druge sposobnosti i navike koje je čovjek stekao kao član društva” (Tylor, 1920:1).

White (2022) u *Encyclopedia Britannica* navodi kulturu kao ponašanje svojstveno *Homo sapiensu*, uključujući materijalne objekte koji su sastavni dio tog ponašanja. Prema autoru, dakle, kultura obuhvaća jezik, ideje i običaje, institucije, vjerovanja, kodove i alate, tehnike i umjetnička djela te rituale i ceremonije.

Mesić (2007: 160) dalje objašnjava kako nasuprot tradicionalnom shvaćanju kulture postoji i ono moderno. Dok je ono prvo tumačeno kao skup praksi i vjerovanja određene grupe ljudi, ono potomje kulturu vidi kao normativnu i organizacijsku konstrukciju predstavljanja u svezi sa specifičnim svjetonazorom. *Hrvatska enciklopedija* (n.d.) navodi da se kultura izvorno odnosila na materijalne procese poput kolonizacije, obrade i oplodivanja zemlje, u kontrastu s današnjim duhovnim i simboličkim značenjem odvojenim od tjelesnih potreba.

Avruch (1998: 6) u svojem djelu pruža kratki povijesni pregled i perspektivu načina na koje se pojam kulture tumačio. Tako autor navodi da je velik dio prepreka u razumijevanju pojma kulture proizlazio iz različitih uporaba riječi koja se u devetnaestom stoljeću počela sve češće koristiti. Naglasak stavlja na tri načina korištenja izraza, koji se svi mogu pronaći i danas.

Prvo, Avruch (1998: 6) pozivajući se na Arnoldov rad *Kultura i anarhija* iz 1867., navodi kulturu kao nešto što se odnosi na specifične intelektualne ili umjetničke napore ili proizvode, drugim riječima ono što se danas smatra "visokom kulturom" nasuprot "popularnoj kulturi." Ideja te definicije jest da samo mali dio bilo koje društvene skupine "posjeduje" kulturu, dok su ostali potencijalni izvor anarhije. To tumačenje više je povezano s estetikom nego s društvenom znanošću.

Avruch (1998: 6) dalje navodi drugo značenje, djelomično nastalo kao reakcija na ranije spomenutu upotrebu. Autor se poziva na djelo Tylora *Primitivna kultura* iz 1870. u kojem se kultura odnosila na kvalitetu koju posjeduju svi ljudi u svim društvenim skupinama. Za razliku od Arnoldova gledišta, Tylor smatra da svi ljudi "imaju" kulturu koju postižu članstvom u određenoj društvenoj skupini – društvu. Upravo se navedena definicija zadržala u antropologiji dugo vremena.

Avruch (1998: 7) tvrdi da se treća i posljednja uporaba izraza kultura formirala u antropologiji u dvadesetom stoljeću zahvaljujući djelu Franza Boasa i njegovih učenika. Kao što je Tylor reagirao na Arnolda zagovarajući uspostavu znanstvenog (a ne estetskog) temelja za kulturu, Boas je reagirao na Tylora i evolucioniste koji su naglašavali univerzalni karakter jedne kulture, s različitim društvima raspoređenim od divljih do civiliziranih. Zagovaravši jedinstvenost mnogih i različite kulture različitih naroda, Boas zaključuje kako ne treba razlikovati visoku od niske kulture, niti diferencirano vrjednovati kulture kao divlje ili civilizirane.

Isti autor naglašava kako poteškoće u tumačenju pojma nisu samo konceptualne ili semantičke. Sve upotrebe i shvaćanja vezani su uz različita politička ili ideološka načela koja su u nekom obliku prisutna i danas.

Po pitanju suvremenog definiranja pojma kulture, Mesić (2007: 168) navodi kako postmoderni istraživači više ne prihvaćaju tradicionalna tumačenja kulture kao statičkih, zatvorenih, samodovoljnih sistema vezanih uz određeni prostor. One se danas shvaćaju kao dinamički, otvoreni, nikad dovršeni procesi i međusobna prožimanja, koje je nemoguće reducirati na neka opća obilježja.

Nakon povijesnog pregleda pojma kulture i navođenja određenih definicija, ovaj rad fokusirat će se na jedno značenje za koje se može reći da najbolje obuhvaća prethodno spomenuto. U tom slučaju može se reći da se kultura “odnosi na način života nekoga društva. Ona obuhvaća kako nematerijalne aspekte (vjerovanja, ideje i vrijednosti koji čine sadržaj jedne kulture), tako i materijalne aspekte (objekte, simbole ili tehnologiju u kojima se sadržaj kulture izražava)” (Giddens, 2007: 24, navedeno u Musa, 2009: 266).

2.2. ELEMENTI KULTURE

Kako je ranije navedeno, Mesić (2007: 160) ističe :”Konstitutivnim elementima kulture tradicionalno se smatraju društvene forme kao što su jezik, mitovi, tradicija, obredi, običaji, kao i samorazumijevanje neke zajednice”.

Samovar et al. (2012: 39), pak navode da je kultura sastavljena od bezbrojnih elemenata (hrana, sklonište, rad, obrana, društvena kontrola, psihološka sigurnost, oblici vladanja, društveni sklad, svrha život...), međutim izdvajaju pet najvažnijih. Autori navode kako razumijevanje istih omogućava shvaćanje ideje da, iako sve kulture dijele zajednički skup tih pet aspekata razlikuje jednu kulturu od druge.

1. religija – autori navode religiju kao element koji su ljudi tisućama godina koristili kao pomoć u razumijevanju svemira, prirodnih pojava, svrhe života i sl. Funkcije koje joj pripisuju uključuju društvenu kontrolu, rješavanje sukoba, jačanje grupne solidarnosti, objašnjenja neobjašnjivog i emocionalnu podršku. Pružajući smjernice za određena ponašanja, religija utječe na sve aspekte života, od poslovne prakse (puritanska radna etika), preko politike (veza između islama i vlade), do individualnog ponašanja (kodeksi osobne etike). Takva višedimenzionalna priroda religije u odnosu s kulturom

zahtijeva razumijevanje da je, u okviru svake kulture, ključno shvatiti kako njezini pripadnici objašnjavaju način na koji svijet funkcionira i kako vjeruju da se uklapaju u taj proces (Samovar et al., 2012: 40)

2. povijest – Samovar et al. (2012: 40) dalje objašnjavaju kako sve kulture vjeruju da povijest nosi priče o prošlosti koje pružaju pouke za život u sadašnjosti. Takve priče također učvršćuju ljude u onome što se naziva “zajednička kultura”, stvarajući snažan osjećaj identiteta. Prenosjenjem opisa značajnih povijesnih događaja s generacije na generaciju, ljudi počinju percipirati “gdje pripadaju”, oblikuju vrijednosti i pravila ponašanja unutar kultura te ističu vlastito podrijetlo i važna postignuća. Iako sve kulture koriste povijest za prijenos poruka, te su poruke jedinstvene za svaku kulturu što se očituje u događajima poput Holokausta, španjolskog osvajanja Meksika ili 11. rujna 2001., koji imaju različita značenja za različite kulture, pomažući objasniti njihove suvremene percepcije
3. vrijednosti – isti autori ističu vrijednosti kao još jedno ključno obilježje svake kulture. Oni zaključuju kako vrijednosti pomažu odrediti kako bi se ljudi unutar određene kulture trebali ponašati, pozivajući se na Macionisa koji primjećuje da su vrijednosti “kulturološki definirani standardi poželjnosti, dobrote i ljepote koje služe kao široke smjernice za društveni život.” Drugim riječima, sudionici u interkulturnoj komunikaciji vjerojatno će očekivati različita ponašanja u sličnim situacijama zahvaljujući razlikama u kulturnim vrijednostima (Samovar et al., 2012: 41)
4. društvene organizacije – Samovar et al. (2012: 42) kao zajednički element svim kulturama navode i ono što se naziva "društvenim organizacijama" (ponekad se nazivaju društveni sustavi ili društvene strukture). One predstavljaju različite društvene jedinice unutar kulture, odnosno institucije poput obitelji, vlade, škole, plemena i klanova. Temelj svih tih organizacija potreba je za i stvarnost međuovisnosti. Takvi društveni sustavi uspostavljaju komunikacijske mreže i reguliraju norme osobnog, obiteljskog i društvenog ponašanja, dok istovremeno stvaraju grupnu koheziju i omogućuju ljudima zadovoljavanje osnovnih potreba. Načini na koje funkcioniraju i norme koje promiču specifični su za svaku kulturu. Autori objašnjavaju, kako je naveo Nolan, da društvene strukture odražavaju kulturu i

dodjeljuju uloge s određenim očekivanjima o ponašanju

5. jezik - isti autori tvrde kako su jezik i kultura povezani na više načina. Osim što omogućava komunikaciju, razmjenu ideja i informacija, jezik nosi i identifikacijske oznake specifičnih kultura. Pozivajući se na Bailey i Peoples, autori objašnjavaju kako socijalizacija djece najviše ovisi o jeziku, ukazujući na činjenicu da je jezik glavno sredstvo prijenosa kulture s jedne generacije na drugu (Samovar et al., 2012: 42).

Ribičić (2022: 10) navodi kako se navedenih pet elemenata kulture prenose, uče i mijenjaju tijekom vremena, odnosno kako promjena jednog od elemenata utječe na kulturu kao cjelinu, što kulturu čini integriranim sustavom.

Važno je naglasiti i da pojedinac može biti nositelj kulture, ali ne može istu samostalno stvoriti. Kultura je kolektivni ili društveni fenomen, odnosno, kultura je zajednička (Rouse i Rouse, 2005: 51).

2.3. KULTURNI IDENTITET

Prema Musa (2009: 268) identitet je složen pojam kojem se može pristupiti različitim načinima. Izveden iz latinske riječi *identitas* što znači istovjetnost, autorica tumači da se pojam odnosi na ono kako ljudi shvaćaju sebe. Dalje navodi kako je identitet u uskoj vezi s kulturom jer se stvara u kulturama kojima ljudi pripadaju i u kojima sudjeluju. U tome kontekstu govori se o kulturnom identitetu.

Prema Dobrota i Kušćević (2009: 199), kako je navedeno u Horvat (2023: 10), identitet ima tri oblika: individualni, društveni i kulturni. Dok je individualni identitet jedinstven osjećaj osobnosti karakterističan za svakog pojedinca, društveni identitet pak podrazumijeva zajednički osjećaj pripadnosti grupi. Pod pojmom kulturni identitet misli se na osjećaj pripadanja specifičnoj etničkoj, kulturnoj ili supkulturnoj grupi.

Gvozdanović (2010: 42) također smatra da su identiteti višestruki, navodeći kao primjer nacionalni, regionalni, kulturni, politički i religiozni. Što se tiče nacionalnog identiteta, autorica tvrdi da se isti gradi kako u kulturi, tako i kroz kulturu, a izražava se kumulativno kroz njezine izražajne oblike.

Musa (2009: 288) navodi da se kulturni identitet promatra u okviru razvoja društva, zbog čega se o njemu može govoriti trima načinima: kao kulturnom identitetu predmodernih društava, kulturnom identitetu modernih društava te kulturnom identitetu suvremenih društava. Tako se pri tumačenju kulturnog identiteta modernih društava misli na rodni, klasni i nacionalni identitet, dok je kulturni identitet suvremenog društva nemoguće odvojiti od globalizacijskih procesa. “Identiteti ljudi postaju osobniji i individualniji, ali to nikako ne znači nestajanje kulturnih identiteta utemeljenih na obiteljskoj, religioznoj, klasnoj ili rodnoj pripadnosti” (Musa, 2009: 288).

Labus et al.(2014), kako je navedeno u Horvat (2023: 10), iznose ideju kako je svrha pripadanja nekom kulturnom identitetu zapravo razmjena koja je rezultat susreta više različitih kulturnih identiteta.

3. KOMUNIKACIJA

3.1. DEFINICIJA KOMUNIKACIJE

Komunikacija je proces koji se odvija svakodnevno, bilo to svjesno ili nesvjesno. Ona je ključ uspostavljanja i održavanja odnosa, suradnje i razumijevanja u društvu. Međutim, mnogi smatraju da se ona odnosi samo na verbalnu razmjenu. Ipak, definicija komunikacije govori drugačije. Chapman (2003:41), kako je navedeno u Garača i Kadlec (2011: 120), objašnjava “Komunikacija je nešto tako jednostavno, a u isto vrijeme tako složeno da je nemoguće definirati ju jednostavnim riječima“.

Tomić, Radalj i Jugo (2020: 9) objašnjavaju kako su Dance i Larson (*Speech Communication*, 1972.) sedamdesetih godina dvadesetog stoljeća analizirali 126 definicija komunikacije, a od tada su se pojavile i neke nove. Jedna od najznačajnijih bila je ona u kojoj su Samovar i sur., izdvojivši ono što im je zajedničko, tvrdili da je „ljudska komunikacija proces putem kojega se prenose simboli u svrhu izazivanja reakcije“.

Autori Garača i Kadlec (2011: 120) interpretirali su proces komunikacije sljedećom definicijom: “Komunikacija je prijenos informacija od pošiljatelja k primatelju uz uvjet da primatelj razumije informaciju što predstavlja osnovu komunikacijskog procesa. Kao sredstvo modificiranja ponašanja, provođenja promjena, postizanja proizvodnosti informacija i ostvarenja ciljeva prijenos informacija je apsolutno nužan bilo kojem području djelovanja”.

Tomić, Radalj i Jugo (2020: 8) govore o povijesnom razvoju komunikacije, za koji tvrde da započinje s prvim oblicima ljudskog govora, otprilike 200.000 godina prije Krista. Kao jednu od najvažnijih prekretnica u povijesti komunikacije izdvojili su izum pisma, što pripisuju Feničanima oko 1400. do 1250. godine prije Krista. Autori navode i kako najranije zabilješke rasprava o komunikaciji potječu oko 500 godina prije do 400 godina nakon Krista, iz klasičnoga razdoblja.

Isti autori dalje navode da je riječ komunikacija izvedena od latinskoga pojma *communicatio*, što u prijevodu znači priopćiti. Stoga, komunikacija se odnosi na sve vrste interakcija i odnosa među članovima društva, a posebno na prijenos informacija između pojedinaca ili grupa. O važnosti i utjecaju iste svjedoči sljedeći citat: “Naši životi temelje se na odnosima s drugim ljudima, a ti odnosi ovise o komunikaciji. Brojna istraživanja pokazuju da osobe tijekom svoga života provedu oko 75% svakoga dana u komunikaciji. Ona je povezana sa svim društvenim, pa i političkim aktivnostima” (Tomić, Radalj i Jugo, 2020: 8).

3.2. KOMUNIKACIJSKI PROCES

Tomić i Jugo (2021: 51) iznose ključne elemente u komunikacijskom procesu nužne za razumijevanje komunikacije, tj. procesa komunikacije. Oni uključuju: pošiljatelja (izvor), poruku i primatelja (recipijent). Autori, osim navedena tri ključna čimbenika, u elemente komunikacijskoga procesa uključuju (komunikacijski) kanal (medij), povratnu informaciju – *feedback* i šumove u komunikaciji.

3.2.1. Pošiljatelj

Autori nadalje objašnjavaju ulogu pošiljatelja kao osobe koja ima želju nešto priopćiti i nastoji ostvariti (spo)razumijevanje. Drugim riječima, pošiljatelj je subjekt koji inicira komunikaciju, šalje poruku drugoj strani, a još se naziva izvorom ili komunikatorom.

U širem kontekstu komunikacije, pošiljatelj može biti bilo koja osoba, dijada, grupa ljudi ili čak organizacija. Na primjer, to može biti pojedinac koji pokušava nagovoriti prijatelja da ide u kino, par koji poziva drugi par na večeru, grupa poput gradskog vijeća koja želi objasniti zastupnicima nove gradske poreze ili nacionalni prehrambeni lanac koji potrošačima želi pokazati prevlast nad konkurentskim proizvodima.

Tomić i Jugo (2021: 52) objašnjavaju pošiljateljeve tri funkcije u komunikaciji:

1. odrediti točno značenje koje se želi prenijeti
2. pretvoriti to značenje u jednu ili više poruka
3. prenijeti poruku/e.

U slučaju interpersonalne komunikacije, pojedinac najčešće obavlja sve tri funkcije, međutim moguće su i situacije u kojima svaku od njih izvodi različita osoba.

3.2.2. Poruka

Isti autori tumače poruku kao informaciju (ili više informacija), činjenicu ili razmišljanje koje se odašilje tijekom procesa komunikacije. Razmjenom poruka na bilo koji način (licem u lice ili *online*) ostvaruje se interakcija. Poruka pak može biti bilo koji signal koji nosi značenje, primjerice riječ, slovo, pokret ili pogled. U slučaju govora, govor predstavlja poruku, dok u slučaju pisanja, pisanje je također poruka. Verbalna poruka uključuje svaki oblik komunikacije u kojem se koriste jedna ili više riječi. S druge strane, neverbalne poruke uključuju sve oblike ponašanja koji prenose značenje bez riječi poput gestikulacije, izraza lica ili govora tijela. Dakle, poruka je svaki verbalni ili neverbalni signal koji izaziva značenje kod primatelja. Ona utječe na kognitivne (spoznajni) i afektivne (emocionalni) aspekte primatelja, a može biti namjerna ili nenamjerna, ovisno o pošiljatelju (Tomić i Jugo, 2021:52).

Uz pojam poruke, autori vežu i važne procese enkodiranja i dekodiranja, kao i značenje te interpretaciju poruke.

Plenković (1993: 78), kako je navedeno u Tomić i Jugo (2021: 52), kodiranje definira kao proces u kojem se informativni sadržaji oblikuju u poruku. Pošiljalac stavove, ideje i pojmove preobražava u poruku, odnosno u verbalne znakove poput jezika i neverbalne znakove, primjerice govor tijela. Osim toga što je početna faza nastajanja poruke, vrlo važna komponenta kodiranja jest i povratna informacija primatelja.

S druge strane, dekodiranje je proces u kojem se poruka koju je poslao izvor informacija prima, interpretira, razumijeva te prihvaća ili odbacuje. Taj proces započinje u trenutku kada poruka počne dolaziti do primatelja. To je najsloženija faza komunikacijskog procesa jer brojni čimbenici koji određuju ponašanje, stav ili odnos primatelja mogu utjecati na primanje poruke. Tek kada je poruka primljena i do određene mjere shvaćena može se reći da se odvila komunikacija (međutim, to ne mora značiti da je recipijent shvatio poruku u istom u smislu u kojem je izvor namjeravao). Što se više podudaraju smisao poslani i primljene poruke, smatra se da je komunikacija uspješnija (Tomić i Jugo, 2021: 53).

Isti autori smatraju značenje vrlo važnim elementom kod dekodiranja poruke. Ono se ne može prenijeti niti se može primiti, već je uloga primatelja primiti poruke koje su mu upućene i pripisati im značenje. Stoga, proces dekodiranja proces je prevođenja poruke u ideje ili informacije.

Značenje koje primatelj pridaje poruci često ovisi o porukama izvora koje su prethodile, kao i o prethodnim iskustvima. Za učinkovitu komunikaciju, nužno je da primatelj usporedi pozadinu i iskustvo u odnosu na pozadinu i iskustvo izvora, tj. „stavi se u poziciju druge osobe“.

Posljednju fazu u komunikacijskom procesu čini interpretacija poruke koju čini primatelj odlučujući o značenju poruke i simbola koji su poslani. Unatoč nastojanjima izvora da poruku što jasnije formulira, njezino razumijevanje ovisi i o primateljevoj sposobnosti primanja i interpretacije.

3.2.3. Primatelj

Tomić i Jugo (2021: 54) primatelja, također poznatog kao recipijenta ili prijemnika, definiraju kao subjekta kojemu je poruka upućena i koji je odgovoran za njezino razumijevanje. Kako bi primatelj mogao shvatiti poruku, simboli u njoj moraju biti prevedeni u njemu razumljiv oblik.

Primatelj je prisutan u procesu komunikacije od samog početka, još tijekom enkodiranja poruke. Kao i pošiljatelj, primatelj može biti pojedinac, dijada, grupa ili organizacija.

Autori smatraju da, kao i pošiljatelj, i primatelj ima tri funkcije u ljudskoj komunikaciji:

1. primiti poruke pošiljatelja
2. dekodirati te poruke u razumljivo značenje
3. odgovoriti na poruke.

Jedna osoba može obavljati sve tri funkcije, međutim može biti uključeno i više od jedne osobe.

3.2.4. Komunikacijski kanal / medij

Isti autori dalje navode komunikacijski kanal kao bitnu komponentu komunikacijskog procesa. Tomić i Jugo (2021: 55) zaključuju da poruke same ne putuju automatski; one se prenose od pošiljatelja do primatelja putem jednog ili više kanala ili medija. Stoga, kanal ili medij sredstvo/način je kojim se poruka prenosi od jedne osobe do druge. Kanali mogu biti različitih oblika i gotovo svako od pet ljudskih čula može služiti kao kanal. U svakodnevnoj komunikaciji, vid i zvuk imaju najčešću ulogu kanala, međutim, poruke se također mogu prenositi putem dodira, mirisa i okusa. Interakcije licem u lice često kombiniraju upotrebu navedenih kanala: sudionici komunikacije mogu čuti glasove, vidjeti pokrete, osjetiti dodire, pa čak i primijetiti mirise. Sve te senzacije zajedno doprinose razumijevanju poruka u svakodnevnim kontaktima. Svaki od tih kanala omogućuje širi kontekst poticaja kojima se može dodijeliti značenje, rezultat čega je bolje razumijevanje određenog komunikacijskog događaja.

Ipak, kao što je ranije spomenuto, kanali mogu biti različitih oblika. Primjerice, kanali masovnih medija poput televizije, radija, filma i reklamnog panoa prenose poruke od jednoga ili više izvora do mnogih primatelja. Elektronički kanali omogućuju interpersonalnu komunikaciju putem telefona, faksa i računala, a glazba i umjetnost također mogu djelovati kao kanali za prijenos poruka zahvaljujući izražajnom karakteru. Kanal ili medij je, dakle, bilo koji način kojim poruka putuje od izvora do primatelja. Uobičajena podjela kanala je na osobne kanale i posredne kanale. Osobni kanali su oni koji uključuju dvije ili više osoba koje međusobno izravno komuniciraju, dok posredne kanale karakterizira prenošenje poruke bez osobnoga kontakta ili interakcije, a uključuju medije, atmosferu i događaje (Tomić i Jugo, 2021: 56).

3.2.5. Povratne informacije (*feedback*)

Prema Tomić i Jugo (2021: 56) povratna informacija (*feedback*) reakcija je primatelja na poruku, odnosno vidljiv odgovor primatelja na poruku koju je poslao pošiljatelj. Kada pošiljatelj pošalje poruku putem odabranog medija, primatelj ju dekodira, nakon čega pošiljatelj dobiva povratnu informaciju o tome kako je poruka utjecala na primatelja ili je li uopće imala ikakav utjecaj.

Drugim riječima, povratni tijek ili *feedback* pomaže razumjeti kako je komunikacija djelovala na vanjski svijet, a također upozorava na moguće iskrivljenje informacija tijekom prijenosa. Zahvaljujući povratnoj informaciji proces postaje razgovor ili dvosmjerna komunikacija.

Autori dalje navode da je, za kvalitetnu povratnu informaciju, važno slijediti nekoliko načela:

1. fokus na specifična ponašanja - povratna informacija treba biti što više specifična, a što manje općenita
2. povratna informacija mora biti impersonalna - ona uvijek treba biti vezana uz posao, izbjegavajući osobno kritiziranje
3. usmjerenost prema cilju - negativne povratne informacije trebaju pomoći primatelju u postizanju ciljeva
4. pravovremenost - povratna informacija najučinkovitija je kada dolazi u kratkom roku nakon ponašanja
5. jasnoća i razumijevanje - pošiljatelj bi trebao zatražiti od primatelja da svojim riječima ponovi povratnu informaciju kako bi se uvjerio da je ispravno shvatio njezino značenje
6. usmjerenost na kontrolu - negativne povratne informacije trebaju biti usmjerene na ponašanja koja primatelj može kontrolirati.

Uz navedena načela, pošiljatelj treba pratiti reakcije primatelja kako bi po potrebi prilagodio poruku ili kanal.

3.2.6. Šumovi (smetnje) u komunikacijskome kanalu

Tomić i Jugo (2021: 58) dalje navode McLuhana kao osobu koja je prva istaknula važnost šumova u komunikacijskom kanalu. Prema njemu, šumovi mogu omesti prijenos informacija do te mjere da poruka ne stigne do odredišta. Stoga, šum je element komunikacijskog procesa koji ometa nesmetan protok informacija između izvora i primatelja, a može biti psihološki, semantički ili mehanički.

Dok pojedini autori koriste izraz "zapreke u komunikaciji" kao sinonim za šum, taj izraz ne obuhvaća sve smetnje. Zapreke obično imaju ljudsko podrijetlo, dok šum može biti i tehnički.

Štoviše, ljudske zapreke podvrsta su šuma, a mogu biti sociokulturne, psihološke ili organizacijske.

Rouse i Rouse (2005: 52) navode razne elemente koji mogu postati zapreke u komunikaciji te ih svrstavaju u određene skupine. Tako u sociokulturne zapreke ubrajaju grupno mišljenje, sukob vrijednosti i uvjerenja, stereotipe i etnocentrizam te jezik i žargon. Drugu skupinu psiholoških zapreka čine filtriranje, percepcije, manjkava memorija, loše slušanje i emotivno upletanje. Posljednja vrsta zapreka naziva se organizacijske zapreke, a njezini ključni elementi su preopterećenje informacijama, konkurencija poruka, iskrivljavanje informacija, filtriranje poruka, kontradiktorne poruke, komunikacijska klima, razlike u statusu te strukturalni problemi.

3.3. OBLICI KOMUNIKACIJE

Rouse i Rouse (2005: 46), kako je navedeno u radu Tomić i Jugo (2021: 68), istaknuli su postojanje triju najvažnijih oblika komunikacije: usmene (verbalne), pisane i neverbalne.

3.3.1. Usmena (verbalna) komunikacija

Kako isti autori navode, verbalna komunikacija najčešći je oblik interpersonalne komunikacije, a obuhvaća govorenje i slušanje. Ključan je element takve komunikacije ton ili modulacija glasa s kojom se riječi izgovaraju, kao i opći stav prilikom govora. Bitna stavka je i intonacija s kojom se riječi izgovaraju.

Usmena ili verbalna komunikacija podrazumijeva razgovore u kojima je izgovorena riječ glavni kod komunikacije. Ona uobičajeno koristi kanale kao što su razgovor licem u lice, telefon, radio, televizija, video i zvuk na internetu. Prednosti navedenog oblika komunikacije uključuju mogućnost trenutne povratne informacije i procijene je li poruku shvaćena.

3.3.2. Pisana komunikacija

Pisana komunikacija oblik je komunikacije u kojoj su sredstvo prenošenja poruke napisane riječi. Ona se može provoditi između osoba, unutar poduzeća ili između poduzeća i okoline, a to je najčešće u papirnatome ili elektroničkom obliku.

Za razliku od verbalnog, pisano komuniciranje ostavlja pisani trag. Njegova prednost je u tome što ostavlja dokument koji se može sačuvati i služiti kao dokaz u ostvarivanju prava ili u međusobnome odnosu. Pisma i memorandumi primjeri su pisane komunikacije na papiru, dok

se u elektroničke pisane komunikacije ubraja e-pošta, mrežne stranice, *chat* komunikacije i ostalo (Tomić i Jugo, 2021: 69).

3.3.3. Neverbalna komunikacija

Kako dalje navode Tomić i Jugo (2021: 69), neverbalna komunikacija podrazumijeva sva namjerna i nenamjerna značenja koja nemaju oblik napisane ili izgovorene riječi. To su elementi poput izraza lica, pogleda, gesta, udaljenosti među sugovornicima, tona glasa, odjeće i vanjskog izgleda.

Rouse i Rouse (2005: 47) tvrde kako primatelj poruke obraća više pozornosti tom obliku nego usmenoj ili pisanoj komunikaciji, odnosno što je više osjetila uključeno u komunikaciju, to će ona imati veći utjecaj. Autori dalje objašnjavaju kako tijekom neverbalne komunikacije primatelj primjećuje govor tijela, boju i stil odjeće, oblik tijela, boju kose, ton i boju glasa i druge fizičke detalje zbog čega će nakon slušanja nekog govornika prije zapamtiti njegov izgled nego njegovu poruku.

Neverbalna komunikacija iznimno je snažna. To potvrđuje činjenica da je utjecaj neverbalnih elemenata toliko jak da ako su govor tijela ili neverbalni znakovi u suprotnosti s izgovorenim riječima, primatelj će vjerojatnije povjerovati poruci koju šalju neverbalni znakovi, a ne stvarno izgovorenim riječima.

4. INTERKULTURALNA KOMUNIKACIJA

4.1. DEFINICIJA INTERKULTURALNOSTI

Kako navodi *Hrvatska enciklopedija* (n.d.) interkulturalnost ili interkulturalizam naziv je za oblike znanstvenih istraživanja, izobrazbe i javnih politika kojima se omogućuje i olakšava razumijevanje i suradnja među pripadnicima različitih kultura i naroda. Glavna misao interkulturalnosti jest da se vrijednosti drugih kultura ne smiju prosuđivati prema mjerilima vlastite kulture. Smatra se da se otkrivanjem razlika u vjerovanjima, logičkome mišljenju i društvenim običajima dolazi do stvaranja zajedničkih vrijednosti i tolerancije, izbjegavajući međusobne nesporazume, predrasude i stereotipe.

“Principi interkulturalnosti uključuju otvorenost prema drugima, aktivno poštivanje različitosti, uzajamno razumijevanje, aktivnu toleranciju, uvažavanje druge kulture, osiguravanje jednakih mogućnosti i borbu protiv diskriminacije” (Martinelli i Taylor, 2000: 33; u Mrnjajus, 2013: 311).

Mrnjajus (2013: 311) dalje objašnjava kako interkulturalnost znači uspostavljanje i njegovanje pozitivnog i aktivnog odnosa među skupinama i pojedincima koji se razlikuju prema određenim obilježjima, bilo da su te razlike nacionalne, etničke, religijske, klasne, rasne ili spolne.

Ninčević (2009: 60), kako je navedeno u radu Mrnjajus (2013: 310), tvrdi kako je zahvaljujući procesu globalizacije, kao i demografskim, tehnološkim i socijalnim promjenama, svijet postao “globalno selo”. U njemu je, tako, izražena “interakcija raznolikih kulturnih, etničkih i vjerskih skupina kao i različitih društvenih manjina i pokreta koje čine svestran mozaik globalnog društva”. Posljedice takvih procesa, poput migracija, uzrokovale su postojanje različitih kultura na zajedničkim područjima te se unutar dominantne kulture na određenom području stvaraju one manjinske.

“Masovne migracije na globalnoj razini koje su promijenile demografsku strukturu većine europskih država proširile su pojam nacionalnog identiteta davanjem prostora novim - interkulturalnim identitetima, stavljajući ih pred izazove suočavanja s neminovnim promjenama uzrokovanim prijelazom jedinstvenih monokulturalnih i nacionalnih u kulturno-pluralna društva” (Bedečković i Zrilić, 2014: 112).

Uz raznolikost koju multikulturalnost donosi sa sobom, mnogi su i izazovi za tolerantan suživot.

Rez, Kraemer, i Weinsziehr (2006: 66), kako je navedeno u Marković (2020: 6), glavni problem vide u činjenici da se ljudi, pri pokušaju shvaćanja ponašanja pripadnika drugih kultura, često vode principima i naučenim obrascima vlastite kulture. Takav pristup dovodi do neutemeljenih zaključaka, stvarajući pogrešne predodžbe i stajališta. Stoga, kako bi se izbjeglo navedeno, pri tumačenju drugih kultura, potrebno je zanemariti vlastitu te se usredotočiti na razumijevanje vrijednosti prema skalama druge kulture. Može se zaključiti da interkulturalni nesporazumi nastaju onda kada kulture na različite načine shvaćaju pojedine riječi, djela, vrijednosti i znakove (Piršl, 2001: 18; u Marković, 2020: 6).

4.2. INTERKULTURALNA KOMUNIKACIJA

Tomić i Jugo (2021: 407) ističu jezik kao osnovno sredstvo komunikacije ljudi jednih s drugima. Osim što povezuje sugovornike u povratnom procesu, jezik omogućava učenje o ljudima na temelju onoga što kažu i kako to kažu, kao i učenje o sebi zahvaljujući reakcijama drugih na ono što mi kažemo te naposljetku učenje o svojim odnosima putem razmjene koja se ostvaruje s drugima tijekom komunikacije. Stoga, može se zaključiti da jezik ima brojne kulturne, etničke i društvene funkcije. On je osnovno sredstvo pomoću kojega se osigurava funkcioniranje društva, očuvanje kulture i osnovni medij pomoću kojeg se kultura prenosi novim naraštajima. Povezujući pojedince na temelju zajedničkog identiteta, omogućuje uspostavu i očuvanje zajednice. S gledišta kulture, jezik odražava postignuća ljudskih kultura zbog čega jezik nije moguće odvojiti od kulture.

Samovar et al. (2012: 8) definirali su pojam interkulturalne komunikacije :„Za nas, interkulturalna komunikacija se događa kada pripadnik jedne kulture proizvede poruku za konzumaciju od strane pripadnika druge kulture. Točnije, interkulturalna komunikacija uključuje interakciju između ljudi čije se kulturne percepcije i sustavi simbola dovoljno razlikuju da utječu na komunikacijski događaj”.

Bašić (2014: 57) u objašnjavanju interkulturalne komunikacije ističe važnost komunikacijskog procesa, odnosno interakcije kulturno različitih osoba.

“Za Gudykusta i Kima (prema Piršl, 2005.) interkulturalna je komunikacija komunikacijski fenomen u kojemu sudionici različitoga kulturnog podrijetla međusobno dolaze u posredan ili neposredan kontakt. Naglasak nije na kulturnim karakteristikama pojedinca, već na komunikacijskome procesu koji se odvija između pojedinca i pojedinca, odnosno između

pojedince i grupe. Pritom je bitna i interakcija između kulturno različitih osoba” (Bašić, 2014: 56).

Radošević (2020: 13), pozivajući se na Bovee i Thill (2013: 65), objašnjava da kultura djeluje na svaki pokušaj slanja i primanja poruke. Dakle, za uspješno uspostavljanje komunikacije potrebno je posjedovati temeljno razumijevanje kulturnih različitosti s kojima se može doći u doticaj te načina na koje se treba odnositi prema tim razlikama.

Isti autor smatra kako se kulture najčešće razlikuju prema govoru i jeziku, tj. verbalnoj komunikaciji. Ipak, određene karakteristike kulture koje se iskazuju i neverbalnim putem vrlo su važne i prenose većinu poruka. Stoga, ukoliko se razumiju i ispravno tumače neverbalne poruke specifične za određenu kulturu, interkulturalna komunikacija postaje mnogo jednostavnija. Na taj način ostvarit će se povezivanje i otvorenost društva, jačanje uloge civilnog društva i promicanja temeljnih ljudskih prava.

Piršl (2005), kako je navedeno u Bašić (2014: 57), tvrdi da se interkulturalna komunikacija uobičajeno odnosi na interakciju govornika različitih jezika. Za uspješnu komunikaciju potrebno je imati znanja o verbalnom, ali i neverbalnom kodnom sustavu. Određene zajednice usmenim kodnim sustavom izmjenjuju samo jedan dio poruka prilikom komunikacije, dok se prema nekim istraživanjima čak oko 55% informacija razmjenjuje neverbalnim putem. Autor smatra da se verbalni kanal koristi uglavnom za informacije, dok se neverbalnim putem komuniciraju stavovi i osjećaji prema navedenim informacijama.

Carev (2021: 12) objašnjava kako je interkulturalna komunikacija spoznaje preuzimala iz različitih znanstvenih disciplina, poput lingvistike, antropologije i psihologije. Pomoću saznanja iz lingvistike teoretičari su bolje razumjeli jezik i njegove uloge u interakciji pripadnika različitih kultura, kao i odnos između jezika i stvarnosti te su ostvarili napredak u shvaćanju sličnosti i razlika među jezicima. Antropologija je utjecala na ukazivanje važnosti kulture u ljudskim životima i pridavanje važnosti neverbalnim aspektima komunikacije. Naposljetku, psihologija je osvijestila stereotipe i predrasude, kao i njihov učinak na interkulturalni dijalog, te utjecaje spola, nacionalnosti, etničke pripadnosti i osobnosti na interkulturalnu komunikaciju.

5. ANALIZA RAZLIKA U KOMUNIKACIJI IZMEĐU RAZLIČITIH KULTURA

Svaka kultura ima različite primjere prihvatljivih ponašanja i vjerovanja. Većina pripadnika određene kulture nije ni svjesna specifičnosti vlastite kulture dok ne dođe u kontakt s pripadnicima druge kulture. Primjerice, osoba koja dolazi iz kulture gdje su psi kućni ljubimci može biti vrlo iznenađena kada sazna da se u nekim drugim kulturama psi, poput pilića, uzgajaju za hranu. Drugi primjer mogu biti razlike u kulturnim vrijednostima. Dok SAD najveću važnost pridaje slobodi, neovisnosti, ravnopravnosti i individualizmu, u Japanu to mjesto zauzimaju grupni sklad, kolektivnost, suradnja i strpljenje, a Arapske zemlje to vide u obiteljskoj sigurnosti, obiteljskom skladu, autoritetu i odanosti (Tomić i Jugo, 2021: 409).

Isti autori navode podjelu kultura u dvije kategorije: kategoriju visokoga i kategoriju niskoga konteksta. Navedena podjela određuje opći pristup komunikacijama, u tom slučaju odnos prema kontekstu, i na temelju njega kulture svrstava u jednu od navedenih kategorija. Kontekst se tu odnosi na načine prikupljanja informacija i saznanja te njihova značenja koja utvrđuje pojedinac ili društvo. U kulturama visokog konteksta velik broj informacija izveden je iz konteksta poruke, a manji broj informacija prenosi se izravno zbog čega su to tzv. društva usmene kulture. To znači da se u njima poruke šalju neizravno u kodiranome obliku, a razumijevanje istih zahtijeva analizu niza elemenata komunikacije (npr. neverbalnoga govora). Tako primatelj poruke mora dešifrirati njezino značenje obraćajući pozornost i na sadržaj poruke i na način na koji je poruka izrečena. Drugim riječima, komunikacija se temelji na pravilu “čitaj između redaka.” Primjeri kultura visokog konteksta su japanska, kineska, arapska i latinoamerička kultura.

S druge strane, kulture niskog konteksta one su u kojima je kontekst manje važan. U takvim kulturama dominiraju pisane, izravne informacije i poruke, a komunikacija je jednostavan proces u kojem se vrši razmjena podataka i informacija. Pripadnici kultura niskog konteksta svoje odluke temelje na informacijama iz baza podataka i iz istraživačkih baza te se više oslanjaju na službene izvore informacija nego na osobne kontakte. Njih se naziva društvima pisane kulture, dok im je pravilo komunikacije “reci što misliš i napiši to.” U takve kulture spadaju Njemačka, SAD, Kanada, Australija i skandinavske kulture.

S obzirom na to da navedene kategorije kultura uvažavaju različite vrste komunikacije važno je imati na umu što se i kako komunicira prilikom interakcije s pripadnicima drugih kultura. Primjerice, kulture niskog konteksta (koje zagovaraju izravan pristup) neizravnost kultura

visokog konteksta mogu protumačiti kao nepoštenje ili manipulaciju. Stoga, uzimajući u obzir njihove različite stavove prema usmenim i pismenim kanalima, potrebno je proučiti međusobne razlike i shodno s njima prilagoditi komunikaciju (Tomić i Jugo, 2021: 411).

5.1. RAZLIKE U VERBALNOJ KOMUNIKACIJI

Uspješna usmena komunikacija zahtijeva kulturalno razumijevanje. Autori Tomić i Jugo u djelu *Temelji međuljudske komunikacije* (2021) napravili su pregled najčešćih kulturoloških razlika u usmenoj komunikaciji, s posebnim naglaskom na praktične primjere.

5.1.1. Komplimenti

Jedna od većih razlika među kulturama jesu vrste izjava koje ljudi shvaćaju kao komplimente i društveno primjereni načini reakcije i odgovora na njih. Primjerice, rečenica: „Mora da ste stvarno umorni” u Japanu označava kompliment jer osoba prepoznaje naporan rad i marljivost kod osobe kojoj tu rečenicu izgovara. U takvom slučaju, japanska kultura nalaže kao društveno ispravan odgovor: „Hvala, ali ja sam u redu” Amerikanac, počašćen dobivanjem komplimenta, mogao bi reći samo: „Hvala vam”, nakon čega će se Japanac ispričati: „Ne, nije bilo vrlo dobro”.

Drugi primjer mogli bi biti komplimenti na radnom mjestu, koji se u drugom kontekstu mogu činiti laskavim, ali u ovom biti neodgovarajući. Tako, žene na poslu kompliment o njihovu izgledu upućen od muških kolega mogu smatrati neprimjerenim, jer ih mogu protumačiti kao da se prema ženama odnosi kao prema vizualnim ukrasima, a ne kao prema zaposlenicama koje aktivno sudjeluju u uspjehu tvrtke (Tomić i Jugo, 2021: 208).

5.1.2. Šutnja

Isti autori navode kako osim riječi, i šutnja ima drugačije značenje u različitim kulturama. Za primjer su opisali situaciju do koje je došlo za vrijeme vojnih tenzija između Grčke i Egipta. Kada su egipatski zrakoplovi zatražili dopuštenje za slijetanje u Grčku, grčki kontrolori leta šutnjom su namjeravali izraziti odbijanje. Međutim, Egipćani su šutnju shvatili kao odobrenje, što je dovelo do grčkog otvaranja vatre na zrakoplove u kojoj je nekoliko ljudi ubijeno. Dakle, šutnja može biti protumačena kao snažna i značajna, ali u nekim slučajevima i kao nelagodna i prijeteća.

5.1.3. Tabui

Samovar et al. (2012: 250) smatraju kako sve kulture imaju tabue koji se odnose na korištenje jezika. Oni se mogu odnositi na kulturološka ograničenja za raspravljanje o temi u određenom okruženju ili potpunu zabranu korištenja određene riječi. U većini kultura takvi tabui općenito

se odnose na nadnaravno, seksualne teme i smrt, ali mogu biti vezani i uz kućni i društveni život. Primjerice, narod Navajo izbjegavaju razgovor o smrti jer vjeruju da se može izazvati govoreći o njoj. Također, nikad ne spominju imena mrtvih.

Tijekom neobaveznog razgovora važno je da teme budu u skladu s uspostavljenim kulturnim normama. Tako su u Sjedinjenim Američkim Državama takvi razgovori često usredotočeni na vremensku prognozu ili fizičko okruženje. Nastavkom interakcije nastupaju teme vezane uz sport, hranu ili putovanja, nakon čega dolaze pitanja o osobnim podacima vezana za svidanja i nesvidanja i obiteljske stvari. U američkoj kulturi takva se osobna pitanja ne smatraju tabuom, već pozitivnim znakom za nastavak razgovora. Međutim, takve se osobne teme u mnogim kulturama smatraju tabuima. Primjerice, u Saudijskoj Arabiji pitanje o nečijoj obitelji može izazvati znatnu uvredu.

5.2. RAZLIKE U NEVERBALNOJ KOMUNIKACIJI

5.2.1. Odijevanje

Osim navedenih razlika u usmenom izražavanju, interkulturalna komunikacija obiluje i razlikama u govoru tijelu te ostalim aspektima neverbalne komunikacije. Primjerice, u Sjevernoj Americi odjeća može biti izraz ekonomskoga statusa, stupnja obrazovanja, socijalnog statusa, sportskih vještina, morala, sustava vjerovanja i sl. U Japanu odjeća je pokazatelj statusa, ali i skupine zanimanja. Tako studenti nose uniforme, zaposlenici značke koje ukazuju na položaj unutar organizacije, a radnici posebnu odjeću kada štrajkaju. Talibani u Afganistanu uveli su vlastiti pravilnik o odijevanju. Javne osobe u arapskim zemljama često nose tradicionalnu odjeću. Poslovni ljude na Zapadu izbjegavaju nositi kravatu na košulje kratkih rukava (Tomić i Jugo, 2021: 414).

5.2.2. Pokreti

Autori dalje naglašavaju kako su određena istraživanja pokazala kako ni jedan pokret tijelom nema univerzalno značenje u svim poznatim društvima. Klimanje glavom gore-dolje u Bugarskoj znači “ne”, dok lijevo-desno označava “da”. Palac podignut gore u SAD-u i velikom broju zemalja Zapadne Europe predstavlja “dobar posao” ili “samo naprijed”, dok je u Grčkoj znak za vulgarnu uvredu. Krug formiran od palca i kažiprsta u SAD-u se može protumačiti kao “ok” ili “u redu”, u južnoj Italiji kao nepristojan izraz, dok u Francuskoj i Belgiji on govori “ne vrijediš ništa”.

5.2.3. Dodir

Nadalje, prema Tomić i Jugo (2021: 420) neka istraživanja u SAD-u pokazala su da se dodir interpretira kao moć: oni moćniji usmjeravaju dodir na manje moćne. U Sjevernoj Americi držanje za ruke parova suprotnoga spola smatra se normalnim, dok se mršti na takvo ponašanje istospolnih parova. U Iranu rukovanje muškarca i žene smatra se neprimjerenim. Francuzi i Talijani često prakticiraju dodir za vrijeme razgovora, dok Britanci inzistiraju da interakcija protječe bez istog, osim ako se ne odvija na sportskome terenu.

Po pitanju osobnog prostora, istraživanja dokazuju da veći broj građana Sjeverne Amerike, Sjeverne Europe i Azije zahtjeva veći razmak u odnosu na sugovornika nego Latino Amerikanci, Francuzi, Talijani i Arapi. Međutim, to ovisi i o spolu sugovornika. Stoga će Latinoamerikanci tijekom razgovora biti bliže ljudima istoga spola nego što bi to činili stanovnici Sjeverne Amerike, ali zauzvrat će stanovnici Sjeverne Amerike prakticirati manju udaljenost prema osobama suprotnoga spola (Tomić i Jugo, 2021: 229).

5.2.4. Osmijeh

U zapadnim kulturama osmijeh obično izražava sreću i zadovoljstvo, dok u istočnim zemljama, poput onih u Aziji, osmijeh često predstavlja zbunjenost ili nelagodu. U Sjedinjenim Državama smatra se da osmijeh varira ovisno o regiji – primjerice ljudi iz južnih i graničnih država smiješili su se više od svih, dok su se najmanje smijali zapadni Njujorčani. U Njemačkoj se osmijeh obično rezervira za prijatelje. Japanci se katkad smiješe zbog dobrog raspoloženja, a i katkad zato što žele reći: „Gledaj svoja posla“ ili prikriti negativne emocije kao zbunjenost, tugu i ljutnju. Japanci su naučeni kontrolirati svoje emocije, pa se u situacijama jakih emocija prihvaća smiješak ili smijeh, ali ne i mrštenje ili plakanje (Tomić i Jugo, 2021: 415).

5.2.5. Parajezik

Marković (2020: 13) ističe važnost načina na koji se izriču određene misli. Tako su parajezični znakovi dobar izvor podataka za saznanja o emotivnom stanju, socioekonomsko položaju, obrazovanju i inteligenciji, etničkoj i regionalnoj pripadnosti te dobi. (Škarić, 2008: 199, u Marković, 2020: 13).

Autorica dalje navodi kako najveći utjecaj ima glasnoća govora. Jak glas izaziva pomisao na ljutnju sugovornika što će i u drugom sugovorniku pobuditi nemir i bijes. S druge strane prethiti glas može odati dojam nesigurnosti, nespremnosti ili sramežljivosti. Stoga, umjerena glasnoća donosi najpozitivnije osjećaje i stvara ugodnu komunikaciju.

Međutim, glasnoća govora također je kulturno određena. Nijemci, poznati po zapovjednom tonu, isti koriste za naglašavanje samopouzdanja i dominacije. Također, ukoliko im se pojedinac na višem položaju obrati grubim tonom, neće biti uvrijeđeni. S druge strane, u Japanu i Tajlandu takav način govora smatra se vulgarnim i nepristojnim. Njihova kulture njeguje tih i lagan govor čime čuvaju društveni sklad (Samovar, Porter, McDaniel, 2007: 2018-219; u Marković, 2020: 14).

5.2.6. Način pozdravljanja

Samovar, Porter i McDaniel (2013: 246), kako je navedeno u radu Babić (2019: 16), ističu neke od ključnih razlika u načinu pozdravljanja između pripadnika različitih kultura. Tako Amerikanci preferiraju prijateljski i neslužbeni nastup, rukuju se i muškarci i žene, a uobičajeno je oslovljavanje osobnim imenima (izuzetak su osobe znatno starije dobi ili nadređenijeg položaja.) S druge strane, u Saudijskoj Arabiji rukovanje je uobičajeno, iako je vrlo izražajno i složeno. Nije neuobičajeno i da se Saudijski nerijetko zagrlje i poljube u oba obraza, međutim Saudijske se rijetko upoznaju sa strancima. Karakteristična je i upotreba titula koje su od velike važnosti i koriste se u svakoj prilici. Po pitanju Kineza, oni su u velikoj mjeri usvojili zapadnjački oblik rukovanja kao način pozdrava prilikom upoznavanja. Ipak, umjesto geste tapšanja po leđima i ramenu radije uvažavaju blagi naklon i kratko rukovanje. Gledanje sugovornika u oči jedna je od najvećih razlika između kineske i zapadnjačke kulture. Dok kinesko društvo nastoji izbjegavati izravno gledanje sugovornika u oči, smatrajući to nepristojnim i uvredljivim, zapadne kulture na taj način odaju samopouzdanje i potvrđuju slušanje sugovornika. Djeca u Portoriku uče se da izbjegavaju izravan kontakt očima s odraslima. U Finskoj je čvrst stisak tijekom rukovanja najzahvalniji način pozdravljanja, i u muškom i u ženskom aspektu. Također, najprije se pozdravljaju žene, a zagrljaji i poljupci se izbjegavaju, i namijenjeni su isključivo za bliske prijatelje i članove obitelji.

6. ZAPREKE U INTERKULTURALNOJ KOMUNIKACIJI

Rouse i Rouse (2005: 51) navode kako su zapreke u komunikaciji sve ono što sprečava primanje i shvaćanje poruke. Dakle, zapreka je približno sinonim za ranije spomenuti šum (element komunikacijskog procesa.) Autori objašnjavaju postojanje dviju vrsta zapreka: tehnološke i ljudske. Tehnološki problemi obično ne prekidaju komunikaciju u potpunosti, iako je mogu privremeno omesti. Primjerice, kvar, nedostupnost odgovarajuće opreme ili pogrešni telefonski broj mogu se lako ispraviti, što pokazuje da je tehnološke probleme zapravo najlakše riješiti. Stoga, njih se smatra vrstom šuma u komunikaciji, ali više predstavljaju privremene smetnje nego trajne prepreke. Zapreke većinom potječu od ljudi, a ne od tehnologije. One se često slabo uočavaju, ali su od veće važnosti za proces komunikacije. Takve zapreke mogu se podijeliti u tri vrste: sociokulturne, psihološke i organizacijske.

S obzirom da je tema ovog rada interkulturalna komunikacija, analiza će se fokusirati na sociokulturne zapreke i njihov utjecaj na interkulturalnu komunikaciju.

6.1. SOCIOKULTURNE ZAPREKE

Rouse i Rouse (2005: 52) objašnjavaju da kultura na mnogim razinama (primjerice nacionalnoj, etničkoj, regionalnoj, pa čak i organizacijskoj) može biti zapreka u komunikaciji upravo zbog svoje snažne uloge i određivanja skupina.

Kao članovi neke kulture, ljudi svjesno ili nesvjesno slijede društvene norme, koje se može smatrati nepisanim ili neformalnim pravilima o tome što, kako, kada i gdje treba činiti. Na primjer, zbog društvene norme u restoranima sjedi se na stolicama i jede za stolom, umjesto na podu ili stolu. Društvene norme vezane su i uz komunikaciju, a uključuju geste, značenja boja, ton govora i simbole. Osim što su navedene društvene norme i kulturna obilježja važni za poboljšanje komunikacije, one mogu predstavljati i prepreke u komunikaciji.

Autori kao ključne sociokulturne elemente koji mogu postati zapreke u komunikaciji izdvajaju grupno mišljenje, sukob vrijednosti i uvjerenja, stereotipe i etnocentrizam te jezik i žargon.

6.1.1. Grupno mišljenje

Janis (1982), u Rouse i Rouse (2005: 52), ističe grupno mišljenje kao društveni fenomen do kojeg dolazi kada grupna dinamika dominira i ometa proces donošenja odluka. Do njega dolazi kada društvene norme ili želja grupe za postizanjem dogovora prevladaju nad težnjom za donošenjem odluka koje su najbolje za grupu, a zajedničke vrijednosti i konformizam postanu previše izraženi.

Informirajući se o ključnim elementima grupnog mišljenja, ono se lakše može prepoznati i izbjeći. Rouse i Rouse (2005: 52-53) u svojem djelu navode te elemente s kratkim opisom:

1. naglašavanje sličnosti - karakteristično je za članove grupe da ističu zajedničke vrijednosti i uvjerenja, dok skrivaju razlike; na taj način stvaraju privid velike sličnosti unutar skupine
2. zajedničke racionalizacije - skupina podržava snažna uvjerenja bez preispitivanja njihove točnosti; umjesto da prizna grešku, grupa racionalizira ili krivi vanjske čimbenike
3. kolektivno obrambeno izbjegavanje - grupa izbjegava suočavanje s problemima ili informacijama koje bi mogle osporiti zajedničke stavove
4. nedostatak budnosti - članovi skupine prestaju aktivno tražiti nove informacije, a čak i kad ih dobiju, zanemaruju ih, čime izbjegavaju suočavanje s dokazima koji su u suprotnosti s njihovim odlukama
5. skrivanje nedostataka - svaka grupa ima svoje slabosti; u grupnom mišljenju, iste se prikrivaju, a na taj način se održava iluzija grupne sličnosti i zajedničkog identiteta
6. neutemeljeni optimizam - ukoliko organizacija nema potrebne vještine ili druge ključne elemente za uspjeh, pretjerani entuzijazam slabi organizaciju što dovodi do pada morala, a grupno mišljenje često uključuje optimizam usmjeren na impresioniranje drugih članova grupe nego na stvarno poticanje skupine
7. razmišljanje u sloganima - razmišljanje u sloganima može ograničiti analitičko razmišljanje jer se uprava fokusira na generičke slogane umjesto na detaljnu analizu, a to može otežati prilagodbu promjenama u okruženju jer se ne razmatraju novi pristupi.

6.1.2. Sukob vrijednosti i uvjerenja

Već je ranije spomenuto da kultura počiva na kolektivnim uvjerenjima i vrijednostima. Stoga, kada komunikacija prelazi kulturološke granice, raste mogućnost nesporazuma zato što su kulturne i društvene norme duboko ukorijenjene te ljudi nesvjesno djeluju na temelju njih. Neuspjesi u međunarodnim poslovnim pothvatima često su uzrokovani lošom komunikacijom i nepoznavanjem temeljnih vrijednosti i normi drugih kultura.

Nerijetko se događa da jedan od sudionika nesvjesno naruši tuđe vrijednosti, što dovodi do napetosti i sukoba. Neke kulture stavljaju važnost na uspostavu osobnih odnosa, dok se druge

fokusiraju isključivo na komercijalne transakcije. Kako bi izbjegle komunikacijske probleme i negativne posljedice, organizacije trebaju dobro proučiti kulturne razlike prije nego što prošire svoje poslovanje na druge kulture (Rouse i Rouse, 2005: 53-54).

6.1.3. Stereotipi i etnocentrizam

Autori Rouse i Rouse (2005: 54) dalje objašnjavaju kako poznavanje uvjerenja i vrijednosti druge kulture nije isto što i imati stereotipe o svim članovima iste kulture.

Stereotipi nastaju kada se ponašanje ljudi predviđa na temelju njihove pripadnosti određenoj skupini, često koristeći površne i netočne informacije umjesto dubokog razumijevanja uvjerenja i normi. Oni mogu predstavljati zapreku u komunikaciji jer ne omogućuju promatranje ljudi kao pojedinaca i slušanje njihovih poruka, već često vode do predrasuda, diskriminacije i rasizma.

Sličan problem predstavlja etnocentrizam, koji se nadovezuje na stereotipe. U tom slučaju ljudi svoju kulturu smatraju superiornom, a pripadnike drugih kultura mjere prema vlastitim standardima. Kao i stereotipi, etnocentrizam može uzrokovati predrasude i diskriminaciju, a komunikaciju čini udaljenom.

6.1.4. Jezik i žargon

Jezik se kao zapreka u komunikaciji očituje u nekoliko oblika. Onaj očiti je u komunikaciji između osoba koje govore različite jezike, budući da prijevod ne predstavlja uvijek izravan proces. Idiomi i dijalekti često su teški za prevesti, što može dovesti do zbunjenosti i nesporazuma.

Onaj drugi način, u slučaju kada svi govore isti jezik, može se pojaviti zbog statusnih i klasnih razlika. Žargon može stvoriti prepreke jer razlikuje "one koji pripadaju" (insajdere) od "onih koji ne pripadaju" (autsajdere).

7. ZAKLJUČAK

Istraživanjem kompleksnih pojmova kulture, komunikacije, interkulturalnosti i interkulturalne komunikacije, ovaj je rad nastojao približiti te pojmove kao i uspostaviti odnos među njima. Analizirajući brojne definicije kulture, njihov povijesni pregled, kao i njezine elemente utvrđeno je kako je kultura nužna za bolje shvaćanje ideja, vrijednosti, percepcija i ponašanja kako drugih, tako i sebe samih.

Kroz proučavanje pojma komunikacije, objašnjena je njezina funkcija, elementi koji čine komunikacijski proces te njezini oblici, sve u svrhu efikasnijeg i kvalitetnijeg komuniciranja, razmjene informacija i ideja te općenito snalaženja u svakodnevnim situacijama.

Ističući kako kulturni okviri oblikuju i utječu na interakcije unutar i izvan kulturnih granica, rad objašnjava kako je komunikacija duboko ukorijenjena u kulturu te samim time pod utjecajem iste prilikom kodiranja, prenošenja i tumačenja poruka.

Prelazeći na pojmove interkulturalnosti i interkulturalne komunikacije, detaljnije je objašnjen fenomen koji je sve češći u današnjem svijetu, ali i izazovi koje on donosi. Interkulturalna komunikacija, kao ključni element međunarodnih odnosa, nastoji manevrirati tim izazovima i olakšati sporazumijevanje pripadnika svih različitih kultura.

Analizom konkretnih primjera vidljivo je kako se kulture značajno razlikuju u svojim komunikacijskim stilovima, normama i vrijednostima, a te razlike lako dovode do nesporazuma ili sukoba. Rad naglašava važnost svijesti kulturnih razlika i poticanja tolerantne razmjene između pojedinaca iz različitih kultura.

Zaključno, sposobnost uvažavanja kulturnih razlika u komunikaciji sve je bitnija u globalno povezanom svijetu. Očekivano daljnje povećanje kulturne raznolikosti zahtjeva sve veću potrebu za interkulturalnim dijalogom. Stoga, raste potreba za dodatnim istraživanjima na ovu temu, uključujući specifične scenarije i praktične smjernice za snalaženje u komunikaciji sa što većim brojem kultura.

8. LITERATURA

1. Avruch, K. (1998) *Culture and Conflict Resolution*. Washington DC: United States Institute of Peace Press
2. Babić, J. (2019) Komuniciranje kao dio kulture. Završni rad. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku
3. Bašić, M. (2014) Interkulturalna sastavnica komunikacijske kompetencije, *Magistra Iadertina*, 9(1), str. 55-70
4. Bedeković, V., Zrilić, S. (2014). 'Interkulturalni odgoj i obrazovanje kao čimbenik suživota u multikulturalnom društvu', *Magistra Iadertina*, 9(1), str. 111-122
5. Bovee, C. L., Thill, J. V. (2013). *Suvremena poslovna komunikacija*. Zagreb: Mate
6. Carev, M. (2021) Novi mediji i interkulturalna komunikacija. Diplomski rad. Split: Sveučilište u Splitu, Filozofski fakultet
7. Chapman, E., O'Neil S. L. (2003) *Vodstvo: Osnovni koraci koje svaki menadžer treba znati*, 3.izd., Zagreb: Mate
8. Dobrota, S., Kušević, D. (2009) Glazbeni identiteti u kontekstu popularne glazbe. *Godišnjak Titius*, 2 (2), str. 195-206
9. Garača, N., Kadlec, Ž. (2011) Komunikacija u procesu menadžmenta. *Praktični menadžment*, 2 (2), str. 118-125
10. Giddens, A. (2007) *Sociologija*. Beograd: Čaruga print
11. Gvozdanić, J. (2010) Jezik i kulturni identitet Hrvata. *Kroatologija*, 1(1), str. 39–57
12. Horvat, M. (2023) Glazbene preferencije i kulturni identitet. Završni rad. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku
13. *Hrvatska enciklopedija* (n.d.) Interkulturalizam. Mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/interkulturalizam> (pristupljeno 21.8.2024.)
14. *Hrvatska enciklopedija* (n.d.) Kultura. Mrežno izdanje. Leksikografski zavod Miroslav Krleža. URL: <https://www.enciklopedija.hr/clanak/kultura> (pristupljeno 15.8.2024.)
15. Janis, I.L. (1982) *Victims of Groupthink*, 2. izd. Boston: Houghton Mifflin

16. Labus et al. (2014) *Identitet i kultura*. Zagreb: Institut za društvena istraživanja u Zagrebu
17. Marković, M. M. (2020) Neverbalna komunikacija u interkulturalnim društvima. Završni rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija
18. Martinelli, S., Taylor, M. (ur.) (2000) *Intercultural Learning T-kit*. Strasbourg: Council of Europe
19. Mesić, M. (2007) Pojam kulture u raspravama o multikulturalizmu. *Nova Croatica*, 1 (31), 1 (51), str. 159-184
20. Mrnjajus, K. (2013) Interkulturalnost u praksi – socijalna distanca prema “drugačijima”, *Pedagogijska istraživanja*, 10(2), str. 309-323
21. Musa, I. (2009) Kulturni identitet i globalizacijski procesi. *Hum*, (5), str. 264-290
22. Ninčević, M. (2009) Interkulturalizam u odgoju i obrazovanju: Drugi kao polazište. *Nova prisutnost*, 7 (1), str. 59 – 84
23. Piršl, E. (2005). *Verbalna i neverbalna interkulturalna komunikacija*. U: Benjak, M. i Požgaj Hadži, V. (ur.). *Bez predrasuda i stereotipa*. Rijeka: Izdavački centar Rijeka, str. 50-90
24. Plenković, M. (1993) *Komunikologija masovnih medija*. Zagreb: Barbat
25. Radošević, G. (2020) Interkulturalna komunikacija i menadžment. Specijalistički završni rad. Pula: Istarsko veleučilište
26. Ribičić, D. (2022) Kulturne vrijednosti kao različiti pogledi na istu stvarnost. Diplomski rad. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Ekonomski fakultet u Osijeku
27. Rez, H., Kraemer, M., Weinsziehr, R. (2006) *Zašto si Karl i Keizo idu na živce* (str. 30-74), u: Kumbier D., Thun S. (ur.) *Interkulturalna komunikacija: metode, modeli i primjeri*, Zagreb: EduritA
28. Rouse, M., Rouse, S. (2005) *Poslovne komunikacije: Kulturološki i strateški pristup*. Zagreb: Masmedia
29. Samovar, L., Porter, R., McDaniel, E. (2007/2013) *Komunikacije između kultura*. Jastrebarsko: Naklada Slap

30. Samovar et al. (2012) *Communication Between Cultures*. 8th edition. Wadsworth: Wadsworth Publishing
31. Škarić, I. (2008) *Temelji suvremenog govorništva*. Zagreb: Školska knjiga
32. Tomić, Z., Jugo, D. (2021) *Temelji međuljudske komunikacije*. Mostar, Zagreb: Pressum, Synopsis, Edward Bernays UC
33. Tomić, Z., Radalj, M., Jugo, D. (2020) Javna komunikacija, *Hum*, 15(23), str. 7-37
34. Tylor, E. B. (1920) *Primitive Culture: Researches into the development of mythology, philosophy, religion, language, art, and custom*. vol.1., London: John Murray
35. White, L. A. (2022) Culture. Encyclopedia Britannica. URL: <https://www.britannica.com/topic/culture> (pristupljeno 15.8.2024.)