

Mezikulturní komunikace: Rusové v porovnání s Čechy¹



Ludmila Stěpanova

ABSTRAKT:

Článek se věnuje problémům mezikulturní komunikace. Úspěch v kontaktech s cizími národy je založen na znalostech jejich mentality a tradic. Autorka uvádí příklady neúspěšných kontaktů představitelů různých národů. Článek popisuje povahu Rusů v porovnání s Čechy prizmatem čtyř kritérií vypracovaných G. Hofstedem. Podle autorčina názoru se ruská mentalita v současné době mění.

KLÍČOVÁ SLOVA:

mezikulturní komunikace, Rusové, Češi, tradice, cizinci, distance moci, individualismus — kolektivismus, mužský — ženský, vyhýbání se neurčitosti (vysoké / nízké), vysoký / nízký kontext komunikace

ABSTRACT:

The paper presents the problems of intercultural communication between Russian and Czech people. Success in contacts between two members of foreign nations is based on the knowledge of the other's mentality and traditions. The author describes some examples of unsuccessful contacts between representatives of the two nations. The author of the paper analyses the character of the Russian people within the frame of four criteria identified by G. Hofstede.

KEYWORDS:

intercultural communication, Russians, traditions, foreigners, successful contacts and business, power distance, individualism — collectivism, masculinity — femininity, uncertainty avoidance (high / low), high / low context communication

1. Mezikulturní komunikace jako teoretická disciplína se objevila koncem 70. let 20. století jako reakce na požadavky nové sjednocené Evropy a globalizace světa. Dnes se mezikulturní komunikace vyučuje ve většině univerzit v USA a v Evropě. Také v Rusku bylo na Moskevské státní univerzitě v r. 1992 zřízeno Centrum výzkumu vzájemného ovlivňování (činnosti) kultur, které zaměstnává odborníky z oblasti lingvistiky, historie, literatury, psychologie a sociologie. Od r. 1994 na Moskevské univerzitě každoročně probíhá vědecká konference Rusko a Západ: dialog kultur, jsou vydávány sborníky a monografie, konají se obhajoby doktorských a habilitačních prací. Katedry interkulturní komunikace působí také na univerzitách v Petrohradu, Tveru, Voroněži, Volgogradu aj. (Průcha 2010: 28).

1 Zpracování a vydání publikace bylo umožněno díky účelové podpoře na specifický vysokoškolský výzkum udělené roku 2016 Univerzitě Palackého v Olomouci Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy ČR. Tato publikace vznikla v rámci projektu IGA_FF_2016_025.



Důležitá úloha výzkumu v oblasti mezikulturní komunikace se přiznává také v České republice, české univerzity zahrnují tento předmět do svých programů či se konají vědecké konference.

Dříve základy znalostí o kultuře a zvycích určité země studovali pouze diplomaté, kteří tam jeli pracovat. Nyní takové znalosti potřebují i představitelé jiných profesí, například obchodníci, ekonomové, učitelé. Také studenti cizích jazyků by měli znát nejenom gramatiku a lexikum, ale měli by také vědět o specifických rysech národní kultury studovaného jazyka.

Mezikulturní (interkulturní) komunikace je „termín označující procesy interakce a sdělování probíhající v nejrůznějších typech situací, při nichž jsou komunikujícími partnery příslušníci jazykově a/nebo kulturně odlišných etnik, národů, rasových či náboženských společenství. Tato komunikace je determinována specifíčnostmi jazyků, kultur, mentalit a hodnotových systémů komunikujících partnerů“ (Průcha 2010: 16). V zemích západní Evropy, USA a Ruska jsou organizovány pravidelné kurzy a školení. Jejichž cíl spočívá v tom, aby naučili své posluchače empatii, otevřenosti vůči cizím národům, naučili je vzdát se etnocentrického chování a pozorovat odlišnosti mezi vlastní a jinou kulturou, nikoho neodsuzovat, ale chápat.

V odborné literatuře jsou často uváděny příklady obchodních jednání, která zkrachovala z důvodu neznalosti základů mezikulturní komunikace (viz např. Тер-Минасова 2000). Například při finsko-německém jednání dělali Finové dlouhé pauzy v řeči a Němci to vnímali jako nezájem o předmět rozhovoru. Snahu Němců urychlit jednání chápali Finové jako příznak neseriózního chování. Francouzi rádi vedou nezávaznou konverzaci na začátku jednání, jiné národy to často považují za lehkomyšlné, jdou raději přímo k věci. Moderní příručky nedoporučují otevřít Američance dveře nebo jí pomoci do kabátu, jinak by mohl být muž obviněn ze sexuálního harašení. Malé zpoždění na návštěvu je v Rusku vnímáno jako znak úcty k hostitelům, u Němců je to naopak znak neúcty.

V kultuře každého národa existují určité etnokulturní stereotypy, tj. obecné představy o povaze a chování jiných národů, např.: Rusové jsou pohostinní, Italové jsou veselí, Němci jsou puntičkáři, Američané jsou vlastenci. V ruštině jsou známa ustálená spojení: *španělské vášně, německý pedantismus, francouzská galantnost, čínské ceremonie* aj. Tyto stereotypy se často odrážejí v tzv. mezinárodních anekdotách založených na chování představitelů různých národů. Například v ruských mezinárodních anekdotách vystupují Angličané jako velmi precizní, kožení, málomluvní, pragmatičtí, zdrženliví lidé, kteří mají rádi doutníky, whisky a koně. Němci zde jsou praktičtí, disciplinovaní, pořádkumilovní a trochu omezení. Francouzi z anekdot jsou lehkomyšlní, pohodoví, myslí jen na ženy, víno a dobré jídlo. Američané jsou bohatí, sebejistí, mají přepychové vozy. Rusové jsou bujaří, lehkomyšlní, otevření, nekulturní, mají rádi vodku a rádi se perou (Тер-Минасова 2000: 91).

2. Jak lze poznat kulturu cizího národa? Ter-Minasova (2000) si myslí, že v tomto poznání nám poskytne pomoc několik zdrojů: folklor národa, jeho kolektivní tvořivost předávaná z generace na generaci; jeho krásná literatura, která zachycuje vidění světa autora i jeho národa; mezinárodní anekdoty, které jsou založeny na stereoty-

pech odrážejících vlastnosti národa; a nakonec národní jazyk: „Язык и отражает, и формирует характер своего носителя, это самый объективный показатель национального характера“ (Item: 97–98).

Určité — i když ne vždy objektivní — znalosti lze také získat z knížek kapesního formátu *Xenophobe's Guide* (Průvodce xenofoba). Tyto publikace pochází ze série vydávané ve Velké Británii a zábavnou formou vypráví o povaze a obyčejích, tradicích a životě různých národů. Také v Rusku začali vydávat podobné knížky, které se jmenují *Внимание, иностранцы! Эти странные...* (např. Жельвис 2002). V České republice byla vydána řada překladů těchto knih z angličtiny, např.: *Italové: xenofobní průvodce*, *Češi: xenofobní průvodce*, *Španělé: xenofobní průvodce* apod. (Solly 2011; Berka a kol. 2009; Launay 2011). Nehledě na pochopitelný autorský subjektivismus je v těchto publikacích poměrně velký podíl pravdivých informací trefně zachycujících specifické rysy té či oné národní kultury.

3. Každý člověk poznává svět svým, jen jemu vlastním způsobem. Osvojování rodné kultury probíhá v raném věku podvědomě, prvky své vlastní kultury vnímá člověk jako samozřejmé. Zajímavý příklad různého vidění světa uvádí holandský sociolog Gert Hofstede. Během své cesty kolem světa si koupil tři mapy světa. Na první mapě byla Evropa a Afrika v centru, Amerika na západě a Asie na východě. Na druhé, koupené na Havaji, byl ve středu Tichý oceán, Asie a Afrika byly vlevo, malinká Evropa daleko v levém horním rohu a Amerika vpravo. Z hlediska obyvatel Havaje je západ na východě a východ — na západě. Třetí mapa, koupená na Novém Zélandu, se podobala druhé, ale byla obrácena vzhůru nohama — jih byl nahoře a sever — dole. Tento příklad názorně ukazuje, že každý národ považuje svou zemi za střed země a samotné termíny západ a východ nejsou absolutně správné, je to výsledek našeho evropského vidění světa (Hofstede–Hofstede 2007: 11–12).

Ve své práci G. Hofstede analyzoval data získaná od více než 100 tisíc pracovníků firmy IBM ve čtyřiceti zemích světa. Vyčlenil několik důležitých kritérií popisu kultury, které odrážejí historické, politické, sociální a ekonomické podmínky rozvoje určitého národa a které umožní poměrně objektivní určení charakteristiky kultury různých národů ve srovnatelných termínech. V knize *Kultury a organizace: Software lidské mysli. Spolupráce mezi kulturami a její důležitost pro přežití*, kterou napsal spolu se synem, k těmto kritériím patří:

- velké rozpětí moci versus malé rozpětí moci;
- individualismus versus kolektivismus;
- maskulinita versus femininita;
- vysoká míra vyhýbání se nejistotě versus nízká míra vyhýbání se nejistotě.

Později byl seznam rozšířen o pátou dimenzi: krátkodobá versus dlouhodobá orientace, té se ale v této studii zatím věnovat nebudeme.

4. Dále se pokusíme analyzovat povahu a mentalitu Rusů a Čechů z hlediska čtyř kritérií podle G. Hofstedeho.





1) VZTAH K MOCI

V tabulce vztahu k moci vypracované autorem se Rusko nachází mezi zeměmi s nejvyšším kvantitativním indexem. To znamená, že většina pracovníků ruských poboček ve výzkumu uvedla, že podřízení se bojí projevit svůj nesouhlas se stanoviskem s vedením a že jejich vedoucí je autokratický. To členové institucí a organizací v této zemi očekávají a akceptují, že moc nebude rozdělena vyváženě. Z výše uvedeného vyplývají tyto způsoby chování v rodině a práci: lidé, kteří nemají moc, jsou závislí na mocných; projevuje se tendence k centralizaci; pracovníci neprojevují iniciativu, ale očekávají rozkazy; ideální vedoucí — benevolentní autokrat, „hodný otec“ (Гришаева, Цурикова 2007: 42–43).

Pravdivost tohoto závěru potvrzují také další badatelé. Například Sergejeva (2005: 162–163) píše, že pro ruského člověka je příznačný strach ze státu, od nejstarších dob byl stát vnímán jako car a Bůh, jako nejvyšší soudce a současně jako patron a ochránce.

Výzkum G. Hofstedeho byl proveden i v bývalém Československu. Tehdy získal tento stát ještě vyšší kvantitativní index než Rusko. Nyní se samozřejmě mnohé změnilo, mladá generace se už nebojí vlastních rozhodnutí, vztah k moci doznal velké změny.

2) INDIVIDUALISMUS – KOLEKTIVISMUS

V tabulkách G. Hofstedeho pól individualismu zaujímá USA, pól kolektivismu země Jižní Ameriky. Rusko se nachází někde uprostřed ale následuje až po všech západoevropských státech, to jest ve vztahu k evropským státům je kolektivistickou zemí (Hofstede–Hofstede 2007: 68). Kolektivismus v Rusku je silnější než v České republice. To znamená, že socializace probíhá ve velkých rodinách nebo skupinách, děti se učí myslet z pozice „my“, porušení společných pravidel se odsuzuje, kolektivní zájmy dominují individuálním, stát hraje hlavní úlohu atd.

Kolektivismus je povahový rys, který zmiňují všichni autoři knih o ruské povaze, uvádějící četná ruská přísloví o nutnosti držet spolu: *Доброе братство дороже богатства* (Dobré bratrství je dražší než bohatství); *Не имей сто рублей, а имей сто друзей* (Neměj sto rublů, ale měj sto přátel); *Один в поле не воин* (Sám člověk nic nezvládne); *На миру и смерть красна* (Když člověk není sám, ani smrt ho nestraší) aj. Rusové se rádi scházejí, radí se s jinými, veškeré činy podnikají s ohledem na názor ostatních lidí: *А что люди скажут?* (Ale co řeknou ostatní?) Kolektivismus, který Rusové zdědili z pohanských dob, předpokládá podřízení osobních zájmů společným. Nová doba, v níž žijeme, vyžaduje iniciativu, schopnost se samostatně rozhodovat, určitou míru individualismu, proto oblastí, kde nastanou největší změny, bude zřejmě právě kolektivismus.

3) MASKULINITA – FEMININITA

V této tabulce se Rusko nachází mezi femininními zeměmi, jako je Švédsko, Norsko, Holandsko aj., Česká republika je bližší Německu. Femininita se vyjadřuje v násled-

dujících rysech: dominující hodnoty — péče o bližní a ochrana duchovních hodnot; skromnost; soucit se slabými; jsou zdůrazňovány spravedlnost, solidarita a kvalita mezilidských vztahů aj.

Průzkumy veřejného mínění svědčí o tom, že nejdůležitější úlohu v životě současných Rusů hraje zdraví a rodina (79,9 %), přátelé (74,4 %), po nich následují spolupracovníci a kamarádi ze školy (51,3 %) a lidé stejného smýšlení (52,9 %). Takoví činitelé jako národnost, politické názory, bohatství hrají mnohem menší roli: pouze 25–40 % respondentů k těmto faktorům přihlíží (Сепреева 2005: 230). Bohatší ruští podnikatelé ale mají jinou hierarchii hodnot: nejdůležitější místo u nich zaujímá svoboda, majetek, prosperita, stabilita a bohatství, spravedlnost a duchovnost mají menší váhu.

4) MÍRA VYHÝBÁNÍ SE NEJISTOTĚ

Zde je Rusko mezi zeměmi, jako Řecko, Japonsko, Portugalsko aj., které se nacházejí na opačném pólu, než je USA (Hofstede–Hofstede 2007: 132). Rusko má vysokou míru vyhýbání se nejistotě. To znamená, že přísná pravidla pro děti, co je nečisté a co je tabu; emocionální potřeba pravidel a norem; odsuzování způsobů chování, které se liší od normy; negativní vztah občanů ke státním a veřejným institucím; fundamentalismus a netolerantnost.

Během přestavby a po ní vnímali občané stát velmi negativně, teď je na stát nahlíženo jako na organizující a kontrolující instituci, jejíž existence je nezbytná. Většina respondentů (37 %) podporuje ideu „smíšené ekonomiky se silným státním sektorem“, za ideální je považován „sociální stát“ (Сепреева 2005: 241).

Vysoká míra vyhýbání se nejistotě je charakterizována větší emocionálností lidí, jejich výraznějším chováním (Hofstede–Hofstede 2007: 134). To platí i pro Rusko: Rusové potřebují, aby svět byl předvídatelný a srozumitelný, potřebují vzájemné porozumění s jinými lidmi, empatii, přátele. Ruská řeč je emocionální. Ruské intonační konstrukce jsou nesmírně těžké pro cizince, jejichž šíře hlasové oscilace není tak velká.

Češi nemají tak vysokou míru vyhýbání se nejistotě. Jsou vyrovnanější, sebejistější. Na prvním místě mají užší rodinu. Rádi relaxují a cítí se v pohodě. Tolerují myšlenky, které jsou odlišné, a rádi stimulují inovace.

Musíme mít ovšem na paměti, že národní mentalita není něčím neměnným, i když její proměny probíhají velmi pomalu, v období života několika generací. Slovanské národy se teď nacházejí pod silným vlivem západoevropské a americké kultury, a proto se mění i některé rysy chování představitelů jednotlivých národů. Například podnikatelé si osvojili způsoby chování v byznysu, lidé mění svůj vztah k penězům, otevřené hranice umožňují cestování apod.

5) NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE

Odborníci na komunikaci tvrdí, že průměrný člověk vyjadřuje slovy ne více než 35 procent informace. Zbytek připadá na neverbální akty, které napomáhají pochopení vyslovených myšlenek. Efektivita komunikačních kontaktů není podmíněna pouze





znalostí slov a jejich významů, nýbrž také schopností správně interpretovat neverbální signály, tj. mimiku, gesta, pohyby těla, pózu (držení těla), vzdálenost, tempo, zbarvení řeči atd. Za každým z těchto symbolů a znaků je rozsáhlá kulturní informace, jasná a srozumitelná každému z příslušníků daného národa. Neverbální komunikace je analogový proces, který má mnoho vrstev a který probíhá většinou podvědomě. Neverbální komunikaci se děti učí od narození v rodině, pozorováním a kopírováním, spontánně. Tyto znalosti pak uplatňují po celý svůj život, aniž by si to uvědomovaly. Neverbální chování nelze ovlivnit (nebo jen velmi obtížně), neboť se nachází v našem podvědomí.

Množství a intenzita používání mimoslovních projevů se u různých národů liší. Obecně se má za to, že severské národy jsou v jejich užívání zdrženlivější, jižní naopak aktivnější. Příslušník cizího národa má vžity jiné znaky neverbální komunikace, a pokud se tomuto tématu nevěnoval odborně, stěží rozpozná cizí komunikační signály, a nemůže je proto správně hodnotit. Může dojít dokonce ke komunikačnímu šoku, kdy v důsledku nepochopení neverbálního chování si budeme myslet o představitelích cizího národa, že jsou nekulturní, nevzdělaní, anebo že se k nám chovají povýšeně. Právě předcházení tomuto šoku mají sloužit nejnovější studie o mezikulturní komunikaci.

Ruští a čeští profesori jsou např. šokováni, když němečtí studenti po jejich přednášce vyjadřují svou spokojenost s přednáškou klepáním kloubů prstů o stůl — v ruské tradici klepání o dřevo znamená vyjádření negativního vztahu k člověku (je tupý jako pařež); Američané hvízdají v divadle, když se jim výkon herců líbí — u Rusů hvízdání znamená „ostuda, špatné“, existuje výraz *освистать кого* — vypískat někoho. Japonci považují upřený pohled na něho za projev nevychovanosti, Arabi naopak za nevychovanost a pohrdání považuje uhýbání pohledem atd.

V Rusku se cizinci často pohoršují nad tím, že se Rusové málo usmívají, při rozhovoru k nim příliš blízko přistupují, dotýkají se jich, všude chodí pozdě apod. V této studii některé z těchto neverbálních znaků rozebereme.

Problémy neverbální komunikace, stejně jako komunikace obecně nejsou v současné době dostatečně rozpracovány, existuje pouze několik studií, které jim věnují určitou pozornost. Není shoda ani v pojetí neverbální komunikace a v termínech v této oblasti. Např. E. Lotko rozlišuje šest druhů mimoslovního sdělování: proxemika (blízkost), haptika (tělesný kontakt), posturika (poloha), kinezika (pohyb), mimika a pohledy (Lotko 1997: 70), G. Maletzke uvádí podrobnější třídění: kinezika (řeč těla), proxemika (prostor, distance), úhel pohledu (úhel pohledu na jinou osobu), vnější vjem osoby (oblečení, šperky), držení těla, stání, pohyb hlavy, výraz obličeje (mimika), gestika, kontakt pohledem, paralingvistika (Maletzke 1996: 76).

Podívejme se teď na nejnápadnější rysy ruské a české neverbální komunikace, především na ty, které jsou pro tyto národy specifické (musíme ovšem podotknout, že každý člověk má své individuální rysy neverbální komunikace, které závisí na jeho psychologii, věku, pohlaví, postavení ve společnosti apod., mluvíme-li tedy o ruské neverbální komunikaci, máme na mysli neverbální chování většiny národa ve standardních situacích).

1. Mimika. Díky upřímnému charakteru ruské komunikace lze poznat podle tváře člověka jeho náladu a vztah k partnerovi. Rusové se sice snaží skrýt špatnou

náladu, ale to se jim málokdy daří. Radost a štěstí vyjadřují rádi. L. Brosnahan uvádí výsledky průzkumu, které dokazují, že se Rusové červenaají a blednou častěji než např. Angličané.

Ruský úsměv, a přesněji absence úsměvu, vyvolává snad největší údiv cizinců. Rusové, které potkávají v ulicích, jim připadají zamračení a nevrlí. Prochorov a Stěrnin popisují 15 specifických rysů ruského úsměvu a tvrdí, že u Rusů plní úsměv jiné funkce než např. v západní Evropě. U Evropanů (také u Čechů) plní úsměv zdvořilostní funkci: usmívají se, když se potkají, když se setkají očima, když jeden pustí druhého do dveří, když chtějí někoho povzbudit, podpořit. U Rusů tato funkce úsměvu neexistuje. Úsměv vyjadřuje pouze radost a osobní sympatii (to se také samozřejmě mění, i ruské prodavačky se teď učí usmívat na zákazníky). Navíc Rusové záporně hodnotí příliš široký (americký) úsměv, považují takového člověka za neupřímného, podezřelého. Na neznámé lidi se Rusové neusmívají. Rus se může zeptat člověka, který se na něho usmál: Copak my se známe? Úsměv na neznámého muže ze strany dívky je považován za sexuální výzvu.

Existuje celá řada rčení, která poukazují na nevhodnost častých úsměvů: *Делу время, потехе час* (Nejdřív práce, potom zábava); *Шутка до добра не доводит* (Zbytečné vtipkování nemůže skončit dobře); *И смех наводит на грех* (Sranda může skončit špatně) aj.

Typická mimická maska Rusa je tedy klidný (někdy ustaraný), neusmívající se obličej. V kruhu přátel se Rusové samozřejmě rádi smějí a rádi se baví. Češi se usmívají obecně více, jejich výraz obličej je uvolněnější.

Prochorov a Stěrnin vysvětlují absenci úsměvů u Rusů právě jejich upřímností, protože Rusové považují za pokrytectví usmívat se jen ze zdvořilosti, když jim není do smíchu. Ustaraný výraz považují tito autoři za odraz těžkého života ruského národa. Protože ale stejné rysy měli i bohatí lidé, myslíme si, že tato otázka ještě není věrohodně vysvětlena (Proхоров, Стернин 2006: 154).

2. Proxemika (termín amerického psychologa E. Halla) — využití prostoru (vzdálenosti) při komunikaci. Každý člověk považuje prostor kolem sebe za svou osobní zónu a porušení hranic této zóny považuje za nepřátelský čin. Studie dokonce ukázaly, že pokud přistoupí někdo k člověku příliš blízko, začínají se vylučovat hormony stresu, které mají pomoci člověku bojovat nebo utéct. Rozlišuje se intimní, osobní, sociální a veřejná zóna. Nejdůležitější je osobní zóna, v níž probíhají veškeré komunikační kontakty člověka. Obvykle se uvádí 45–120 cm, ovšem u jednotlivých národů je tato vzdálenost také různá. Brosnahan např. uvádí, že osobní zóna pro Angličany činí 45–120 cm, ale pro Rusy 15–25 cm. Stejnou vzdálenost popisuje také Monahan jako normální a přirozenou pro Rusy (Brosnahan 1998: 76).

O různé akceptovatelné vzdálenosti mezi osobami svědčí i to, že Rusové se při setkání vyhýbají jeden druhému, když mezi nimi zbývá 1,5–2 metry (Angličané — 3–4 metry). Rusové, kteří se ptají na cestu, mohou přistoupit k cizímu člověku na vzdálenost menší než 25 cm, ze strany ženy se to u některých národů považuje za snahu navázat známost. U Čechů je přípustná vzdálenost mezi osobami větší, proto rozhovor Rusa s Čechem někdy vypadá jako svérázný tanec: Čech se necítí komfortně a ustupuje dozadu a Rus podvědomě zase přistupuje blíž. Tento rys vysvětlují vědci ruským kolektivismem, zvykem žít ve velkých komunitách.





3. Haptika (tělesný kontakt). Tělesné kontakty se dělí obvykle na: profesní (doktor — pacient); rituální (diplomatické polibky, objímání se); přátelské; milenecké.

Z hlediska haptiky se národní kultury od sebe výrazně liší — jedny kultury přátelský tělesný kontakt téměř nepřipouštějí (např. obyvatelé severní Evropy a Japonci), jiné (např. Italové, Arabové, Židé) ho naopak používají v hojně míře. Liší se to samozřejmě i individuálně.

Ruská kultura tělesný kontakt připouští často. Muži si často podávají ruce, a to nejen v oficiální situaci. Podání ruky je prostředkem uvítání, při tom se nemusí zdavit (slovy), je také delší a výraznější než v západní Evropě. Americký student tak formuloval pravidla podávání si ruky takto: „V Rusku musíš podat ruku každému muži, kterého jsi neviděl dvě hodiny“ (Прохоров, Стернин 2006: 18).

Ženy se při setkání líbají, ale objímají a líbají se i muži, blízcí přátelé. V české kultuře si muži také podávají ruce, ale na uvítanou se muži a ženy líbají méně. Zvykem je polibek na obě tváře, v současném Rusku — jen jeden polibek na tvář, trojitý polibek je dávnou minulostí.

L. Brosnahan uvádí výsledky pozorování různých národů v restauraci: Portoričané se dotkli jeden druhého 180krát za hodinu, Francouzi — 110krát, Angličané ani jednou. Rusové jsou podle něho někde uprostřed mezi Francouzi a Portoričany (Brosnahan 1998: 11).

Podle Němců a Angličanů se Rusové příliš mnoho objímají a líbají, podle Španělů a Italů příliš málo.

Při chůzi jsou Rusové blízko u sebe, v dopravě klidně snáší doteky v oblasti trupu, ale nesnášejí doteky rukou. Např. razit si v davu cestu pomocí rukou se považuje za neslušné, je zvykem si pomáhat rameny.

Při rozhovoru se přátelé často letmo dotýkají paže nebo oděvu partnera, to vyjadřuje jejich sympatii. Češi se dotýkají jeden druhého podstatně méně. Rusové jsou zvyklí na „tlačení“, nebojí se jí a nevyhýbají se jí. Rádi se spolu scházejí, mají rádi velké množství lidí, to v nich vzbuzuje sváteční pocit. V tom se také projevuje jejich kolektivismus.

4. Chronemika — vztah k času. Rozlišují se dva modely využívání času: monochronní a polychronní. Monochronní si můžeme představit v podobě cesty nebo stuhu, kterou člověk dělí na segmenty, a vykonává postupně jednotlivé práce v každém segmentu. Také odděluje od sebe práci a zábavu.

Polychronní model nemá dělení na segmenty, lidé současně dělají několik prací a mohou se k nim vracet ve spirálách. Nejvýraznějším příkladem jsou národy, které vůbec nemají slova pro vyjádření času (např. severoameričtí indiáni). V monochronním modelu se čas měří přesně, v polychronním přibližně.

Polychronní model přesně vyjadřuje vztah Rusů k času — Rusové nedělí čas na segmenty, mají pocit, že čas jim neuteče (čas je pro ně spirála nebo kruh), jsou nedochvilní, nikam nespěchají, ruská „минуточка“ („vteřinka“) může trvat půlhodiny i déle, slíbí, že něco udělají dnes, ale udělají to až za měsíc apod. Ruský jazyk obsahuje velké množství výrazů označujících přibližný čas — *встретимся часа в два, недельку через три* (sejdeme se kolem druhé hodiny, přibližně za tři týdny) aj. Někteří badatelé to vysvětlují obrovským ruským územím, všude bylo daleko, nikam se člověk nedostal rychle, musel být trpělivý; na druhou stranu ale i nepřítel, který se ukázal



na obzoru, k vám dojel až za tři dny... Rusové se často ohlížejí na minulost, ale bojí se přesně plánovat budoucnost, v tom se projevují i rysy ruského fatalismu vysvětlovatelného těžkým životem v této zemi. Srov. ruská rčení: *наперед не загадывай* (napřed neplánuj); *от сумы да от тюрьмы на зарекайся* (před osudem neutečeš); *скажи гоп, когда перепрыгнешь* (neříkej hop, dokud nepřeskočíš) aj.

Sergejeva (2005: 187) tvrdí, že představa Rusů o čase je obsažena už v samotném slovu *время*, staroslovanské *veremja**, které má stejný kořen jako *веретено* (vřeteno) a *вертеть* (vrtět). Samotný pojem času je podle ní spojen s opakováním, cykličností. Na rozdíl např. od něm. *Zeit*, derivátu slovesa *ziehen* — táhnout, německý obraz času je spojen s linií.

V mezikulturní komunikaci je důležité znát toto ruské specifikum a správně plánovat pracovní jednání. V každodenním styku je zase třeba si uvědomit, že jste-li pozváni na návštěvu k Rusům, nikdy nesmíte přijít včas (nebo — nedej pánbůh dříve!), to se považuje za porušení etikety, za neúctu k hostitelům (protože hostitelka jako vždy nechala vše na poslední chvíli a ještě není připravena), za vhodné se považuje zpoždění o 15–30 minut.

Ve vztahu k času patří Češi k typickým Evropanům, jsou dočvilní, šetří svůj čas a čas jiných, pečlivě si plánují svůj den. Nejhorší, co může udělat ruský obchodní partner, je opozdit se na jednání.

V této studii jsme se snažili přiblížit povahu Rusů v porovnání s Čechy prizmatem čtyř kritérií vypracovaných G. Hofstedem. Analýza ukázala, že povaha a mentalita srovnávaných národů je odlišná. Z hlediska vztahu k moci je v Rusku moc rozdělena nerovnoměrně, vedení je autokratické, v Česku je demokratičtější. Z hlediska individualismu a kolektivismu je kolektivismus v Rusku silnější než v České republice. Z hlediska maskulinity a femininity je Rusko femininní země (ochrana duchovních hodnot, skromnost, soucit se slabými), Česko je posunuto blíž k maskulinním zemím orientovaným na úspěch. Rusko má vysokou míru vyhýbání se nejistotě, a tím je spojena větší emocionálnost lidí, jejich výraznější chování. Češi jsou vyrovnanější a sebejistější. Také v oblasti neverbální komunikace jsou velké rozdíly: Rusové se méně usmívají, při rozhovoru přistupují blíž, všude chodí pozdě aj. Češi připadají Rusům chladní, otažití. Snažili jsme se vysvětlit specifické rysy chování Rusů a Čechů, abychom přispěli k lepšímu vzájemnému poznání těchto národů a jejich úspěšnější komunikaci.

BIBLIOGRAFIE:

- Berka, P. a kol. (2009): *Češi: xenofobní průvodce*. Praha: XYZ.
- Bobáková, H.-L. (2004): *Interkulturní komunikace, její význam, vývoj a další perspektivy*. Opava: Slezská univerzita.
- Brosnahan, L. (1998): *Russian and English nonverbal communication*. Moskva: Biblingua.
- Hofstede, G. — Hofstede, G. J. (2007): *Kultury a organizace: Software lidské mysli. Spolupráce mezi kulturami a její důležitost pro přežití*. Praha: LINDE.
- Launay, D. (2011): *Španěle: xenofobní průvodce*. Praha: XYZ.
- Lotko, E. (1997): *Kapitoly ze současné rétoriky*. Olomouc: Vydavatelství Univerzity Palackého.
- Maletzke, G. (1996): *Interkulturelle Kommunikation Westdeutscher*. Opladen: Verlag GmbH.



- Průcha, J. (2010): *Interkulturní komunikace*. Praha: Grada.
- Solly, M. (2011): *Italové: xenofobní průvodce*. Praha: XYZ.
- Гришаева, Л. И., Цурикова, Л. В. (2007): *Введение в теорию межкультурной коммуникации*. Москва: Академия, 42–43.
- Жельвис, В. И. (2002): *Эти странные русские*. Москва: Эгмонт Россия Лтд.
- Прохоров, Ю. Е., Стернин, И. А. (2006): *Русские: коммуникативное поведение*. Москва: Флинта; Наука, 18, 154.
- Сергеева, А. В. (2005): *Русские: Стереотипы поведения, традиции, ментальность*. Москва: Флинта; Наука, 162–163, 187, 230, 241.
- Тер-Минасова, С.Г. (2000): *Язык и межкультурная коммуникация*. Москва: Слово, 91.