

Význam a vnímanie úlohy kultúrnej inteligencie v odbornej cudzojazyčnej príprave

Lucia Dančišinová

ABSTRAKT:

Koncept kultúrnej inteligencie je relatívne nový, avšak ponúka hodnotný prínos aj v cudzojazyčnom vzdelávaní budúcich manažérov. Štúdia definuje pojmy kultúra a kultúrna inteligencia, aby sa vytvoril kontext pre interpretáciu výsledkov dotazníkového prieskumu distribuovaného medzi študentmi v prvom roku magisterského štúdia na Fakulte manažmentu, ekonomiky a obchodu Prešovskej univerzity v Prešove, ktorí navštevovali predmet Aplikovaný cudzí jazyk pre manažérov 2 (anglický). Dotazníkový prieskum bol zostavený tak, aby študenti vyjadrili vlastné presvedčenie ohľadom dôležitosti znalosti kultúrnych špecifik anglicky hovoriacich krajín pre učenie sa anglického jazyka, preukázali znalosť pojmov interkultúrna komunikácia a kultúrna inteligencia a tiež ohodnotili vlastné interkultúrne kompetencie. Výsledky prieskumu ukázali, že zdôraznením interkultúrneho aspektu výučby anglického jazyka sa zvýšilo povedomie študentov o dôležitosti kultúry a aj znalosť vybraných pojmov, avšak zhoršilo sa ich hodnotenie vlastných interkultúrnych kompetencií.

ABSTRACT:

The Importance and Perception of Cultural Intelligence Role in Professional Foreign Language Education

The concept of cultural intelligence is relatively new but it offers valuable benefits for the foreign language education of future managers. The study defines the terms culture and cultural intelligence in order to create a context for the interpretation of the results of a questionnaire survey distributed among the students of Management in the first year of master's studies at the Faculty of Management and Business of the University of Prešov in Prešov who attended the course Applied foreign language for managers 2 (English). The questionnaire survey was aimed at expressing students' own opinion on the importance of knowing the cultural specificities of English-speaking countries for learning English, demonstrating the knowledge of the concepts of intercultural communication and cultural intelligence, and assessing their own intercultural competences. The results of the survey show that emphasizing the intercultural aspect of English language teaching increased students' awareness of the importance of culture and their knowledge of selected concepts, however, their assessment of their own intercultural competences worsened.

KĽÚČOVÉ SLOVÁ / KEY WORDS:

interkultúrne kompetencie, kultúrna inteligencia, angličtina pre špecifické účely, analýza potrieb, hodnotenie

intercultural competences, cultural intelligence, English for specific purposes, needs analysis, evaluation

1. ÚVOD

Vnímanie rozličnosti kultúr a interkultúrnych rozdielov v obchodných vzťahoch je súčasťou súčasného medzinárodného obchodného prostredia. Dnešný úspešný

manažér si je vedomý interkultúrnych rozdielov a nutnosti vhodne reagovať v kultúrne citlivých situáciách. Príprava budúcich manažérov na výkon povolania by preto mala zohľadňovať interkultúrny aspekt komunikácie. Vzdelávanie je dynamické, a preto je potrebné, aby formálne i obsahovo reagovalo na meniacu sa spoločenskú situáciu. Fakulty ekonomického typu sa preto snažia vzdelávať svojich študentov v kontexte požiadaviek doby a s ohľadom na praktické požiadavky pracovného trhu. Keď sa zohľadní interkultúrny aspekt medzinárodného obchodu, je nutné, aby sa budúci manažéri vzdelávali v oblasti komunikácie v kultúrne rôznorodom prostredí. To môže predstavovať problém, keďže samotný koncept kultúry je nejednoznačný.

Predkladaná štúdia ponúka analytický pohľad na výučbu angličtiny pre špecifické účely s ohľadom na interkultúrny aspekt tak, ako túto výučbu a dôležitosť interkultúrneho zamerania vnímajú vzdelávaní študenti. Cieľom štúdie je zdôrazniť potrebu prijatia konceptu interkultúrnych rozdielov študentmi ako vlastnú motiváciu k vhodnej aplikácii vedomostí v pracovnej praxi a spôsob zvyšovania ich kultúrnej inteligencie. Filozofiou výučby odbornej angličtiny na Fakulte manažmentu, ekonomiky a obchodu Prešovskej univerzity v Prešove je chápanie prepojenia znalosti angličtiny so znalosťou kultúry krajín, v ktorých sa používa.¹ Ďalším elementom zohľadneným pri výučbe je účel použitia jazyka, čo je v tomto prípade obchodná sféra a komunikácia s obchodnými partnermi v inom ako materinskom jazyku. Tým sa dostáva do popredia prepojenie kultúrnej inteligencie ako schopnosti vhodne použiť interkultúrne kompetencie v kontexte relevantnej situácie. Metódou dotazníkového prieskumu v dvoch skupinách študentov Fakulty manažmentu, ekonomiky a obchodu Prešovskej univerzity v Prešove navštevujúcich ten istý predmet sa zisťoval postoj študentov v otázke dôležitosti kultúry pri učení sa anglického jazyka, schopnosť definície vybraných pojmov a vlastné hodnotenie svojich interkultúrnych schopností.

2. TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ

Súčasný úspešný manažér či obchodník musí byť komunikačne zručný. Manažérske komunikačné kompetencie sú rôznorodé. V kontexte štúdie je však pozornosť venovaná cudzojazyčnej kompetencii s dôrazom na interkultúrny aspekt. V Spoločnom európskom referenčnom rámci pre jazyky (Štátny pedagogický ústav, 2017, s. 13–14) sa uvádza, že jazykové kompetencie sa rozvíjajú spoločne so všeobecnými, ktoré nie sú síce pre jazyk charakteristické, ale aj napriek tomu sú nevyhnutné pre jazykové činnosti. Tie predstavujú konkrétne uplatnenie vlastných komunikačných zručností v konkrétnej situácii. Medzi všeobecné kompetencie patria:

1. vedomosti (empirické a teoretické),
2. zručnosti a praktické schopnosti,
3. existenčná kompetencia (osobnosť, temperament, postoje),
4. schopnosť učiť sa.

¹ Prepojenie znalosti jazyka a kultúry je chápane všeobecne a týka sa všetkých jazykov nielen angličtiny a jej konkrétnych regionálnych variantov.

Komunikačná jazyková kompetencia sa delí na:

1. jazykové kompetencie,
2. sociolingválne kompetencie,
3. pragmatické kompetencie (Štátny pedagogický ústav, 2017, s. 17).

Je preto potrebné, aby sa výučba cudzieho jazyka spojila s pragmalingvistickým kontextom použitia daného jazyka. Pokorný (2010, s. 303) zdôrazňuje spoločensky a kultúrne vhodný štýl spôsobu reakcie na vybranú situáciu. Johnstoneova (2002) k tomu pridáva element ideologického tlaku na diskurz, ktorý vyúsťuje do fixnej formy tohto diskurzu spojenej s danou situáciou a účelom. Průcha (2010, s. 13) dodáva, že bez jazyka neexistuje komunikácia a zdôrazňuje potrebu znalosti cudzieho jazyka pre interkultúrnu komunikáciu. Novingerova (2001, s. 3–9), rovnako ako Průcha (2010), verí v dôležitosť rešpektovania a znalosti kultúrnych rozdielov pre zvýšenie úrovne interkultúrnych kompetencií. Průcha (*ibid.*, s. 46–47) navyše zdôrazňuje jazykovú vybavenosť jednotlivcov. Z uvedeného je evidentné, že komunikačná jazyková kompetencia v sebe zahŕňa množstvo aspektov, ktoré je potrebné vziať do úvahy pri vzdelávaní. Keďže zameraním štúdie sú interkultúrne a cudzojazyčné kompetencie, pozornosť bude venovaná konceptom kultúry, kultúrnej inteligencie a interkultúrnej komunikácie.

Kultúra bola a v súčasnosti stále je diskutovaným konceptom, ktorého definovanie nie je jednoduché a jednoznačné. Existuje obrovské množstvo pohľadov, definícií či prístupov (Baecker, 1997; Rathjeová, 2009; Johnson, 2013; Lebrón, 2013; Patterson, 2014 a i.). Už v roku 1952 americkí antropológovia Kroeber a Kluckhohn (Spencer-Oateyová & Franklin, 2009, s. 13) skúmali a spočítali rôzne definície kultúry a dospeli k číslu 164. Nie je teda možné tieto definície klasifikovať ako správne či nesprávne, ale hodnotiť ich podľa vybranej disciplíny a kontextu výskumu. Hofstede (1984, s. 13) uvádza, že kultúra je „kolektívnym programovaním mysle“, avšak táto uniformita kultúry je tiež často kritizovaná (Rathjeová, 2009; Broesch & Hadley, 2012; Gill, 2013 a i.). Cieľom štúdie však nie je definícia kultúry, a preto táto štúdia vo svojom interdisciplinárnom pohľade chápe kultúru všeobecne tak, ako ju vníma Lawless (1996, s. 39), ktorý tvrdí, že kultúra je „ľudský spôsob života“ a rôzne kultúry predstavujú „špecifický spôsob života určitej vymedzenej skupiny alebo spoločnosti ľudí“. Ľudia podľa neho majú potrebu opisovať reálny svet a na to využívajú analytické modely, ktoré Lawless považuje za akýsi filter subjektívneho pozorovania sveta či situácie. Kultúra je tiež chápaná tak, ako ju definujú Broesch a Hadley (2012, s. 376): „informácia — normy, hodnoty a presvedčenia — ktorá je získaná od druhých a je schopná ovplyvniť správanie“ a ak sa táto informácia týka špecifickej oblasti, vytvorí „kultúrny model“. Gill (2013, s. 73–74) dodáva, že jednotlivci sú členmi rozličných kultúr, pričom každá kultúra zdieľa „mentálne modely“, „preferencie“ a „artefakty“. Zmienení autori teda chápu kultúru ako model špecifickej oblasti ľudského života. DeVito (2008, s. 128) poukazuje na fakt, že znalosť kultúry nie je dedičná, ale jednotlivec informácie o kultúre získava predovšetkým v komunikácii, pričom v určitej kultúre sú isté spôsoby komunikácie prijateľné a iné nie. Tieto myšlienky sú realizované v kontexte interkultúrnej komunikácie a kultúrnej inteligencie.

Kultúrna inteligencia je relatívne novým konceptom, ktorý bol predstavený začiatkom 21. storočia a rozpracovaný Earleyem a Angovou (Angová et al., 2007, s. 336). Kultúrna inteligencia je definovaná ako schopnosť vhodne a predovšetkým efektívne reagovať na rôzne kultúrne podnety (Angová & van Dyneová, 2008, s. 3). Tento koncept je spojený s rozmachom medzinárodného obchodu a uznaním potreby vzdelávania v interkultúrnom prostredí. Globalizácia a interkultúrny manažment vytvárajú tlak na proces praktickej prípravy budúcich manažérov. Kultúrna inteligencia je chápaná ako komplexná kompetencia jednotlivca a získala dôležité miesto vo vzdelávaní v oblasti interkultúrneho manažmentu (Eisenberg et al., 2013, s. 603).

Livermore (2015, s. 4–5) definuje kultúrnu inteligenciu ako „schopnosť fungovať efektívne naprieč národnými, etnickými a organizačnými kultúrami“ a tiež ako „prístup, ktorý zahŕňa štyri rôzne schopnosti“, ktoré jednotlivca pripravujú na zvyšujúce sa nároky na manažment v globálnej dobe. Tieto nároky zahŕňajú nielen rôznorodosť trhov, ale i multikultúrne pracovné prostredie. Livermore (*ibid.*, s. 13) upozorňuje, že nie je možné zoznámiť sa so všetkými kultúrnymi špecifikami, avšak je možné upraviť prístup a stratégiu na ich efektívne zvládnutie. Štyri spomínané schopnosti kultúrnej inteligencie sú (*ibid.*, s. 4–5, 27–30):

- „CQ² Drive“ — motivácia: schopnosť motivovať sa, stupeň vlastného záujmu a energie;
- „CQ Knowledge“ — poznanie: schopnosť pochopiť a znalosť kultúrnych noriem a rozdielov;
- „CQ Strategy“ — plánovanie: schopnosť využiť svoje znalosti a naplánovať vhodnú stratégiu;
- „CQ Action“ — správanie: schopnosť vhodne verbálne i neverbálne reagovať v interkultúrnom prostredí.

Tieto štyri schopnosti boli identifikované v rámci výskumu založeného na odpovediach viac než štyridsať tisíc jednotlivcov z rôznych regiónov sveta a na existujúcom výskume týkajúceho sa rôznych foriem inteligencie — sociálnej, emocionálnej, praktickej a pod. (*ibid.*, s. 26–27). Tieto schopnosti zodpovedajú štyrom dimenziám podľa Angovej et al. (2007, s. 337–339):

- motivačná;
- kognitívna;
- metakognitívna;
- behaviorálna.

Prvé tri dimenzie sú mentálne a posledná sa týka správania. Angová et al. (2007) v tomto kontexte poznamenávajú, že kultúrna inteligencia sa líši od osobnosti alebo iných inteligencií, alebo interkultúrnych kompetencií. Eisenberg et al. (2013, s. 615–618) dodávajú, že kým motivačná a behaviorálna dimenzia sú ovplyvňované predovšetkým individuálnou skúsenosťou, kognitívna a metakognitívna zasa akade-

2 CQ = kultúrna inteligencia (Angová et al., 2007).

mickými kurzami. Tu sa ukazuje vplyv a význam kultúrnej inteligencie pre praktické vzdelávanie budúcich manažérov na vysokých školách.

Dôležitosť kultúrnej inteligencie a interkultúrnej komunikácie vo výučbe ekonomických disciplín bola skúmaná mnohými autormi (Benčíková, 2013; Eisenberg et al., 2013; Putranto et al., 2014; Saffarian et al., 2015, Dančíšinová, 2020 a i.). V slovenskom prostredí sa kultúrnej inteligencii v obchodnom prostredí venuje Benčíková (2013), ktorá v rámci svojho výskumu použila štvorfaktorový dotazník „the Four Factor Cultural Intelligence Scale“ zostavený americkým centrom American Cultural Intelligence Center a porovnávala dve skupiny slovenských manažérov — prvá spolupracovala so zahraničnými partnermi a druhá predovšetkým so slovenskými partnermi. Výskum ukázal, že prvá skupina vykazovala vyššie hodnoty v štyroch skúmaných dimenziách kultúrnej inteligencie, avšak aj napriek tomu obe skupiny vykazovali relatívne nízky stupeň kognitívnej dimenzie kultúrnej inteligencie. Benčíková (*ibid.*, s. 10–11) preto zdôrazňuje dôležitosť vzdelávania v oblasti kultúrnych špecifik. Podobne Triandis (2008, s. xii) uvádza, že kultúrna inteligencia sa dá naučiť. Putranto et al. (2015) skúmali rôzne vyučovacie metódy s cieľom zlepšiť kultúrnu inteligenciu a zistili, že prednáška je najmenej a exkurzia najviac efektívnou metódou v rámci kurzu interkultúrneho manažmentu. Snow (2015) v rámci výučby anglického jazyka so zameraním na interkultúrne rozdiely odporúča cvičenia s nácvikom stretu rôznych kultúr — „the encounter exercise“.

Livermore (2015, s. 80–83) zdôrazňuje dôležitosť efektívnej komunikácie v rámci kultúrnej inteligencie. Podotýka, že v istom zmysle sú jazyk a kultúra totožné, keďže jazyk odráža reálny svet. Aj v rámci anglicky hovoriacich krajín však pochopenie významu slov i viet môže byť problémom, a to práve pre kultúrny kontext. Znalosť cudzích jazykov je jedným zo základných predpokladov interkultúrnej komunikácie (Průcha, 2010, s. 107). V kontexte štúdie sa kultúrna inteligencia chápe ako súčasť výučby anglického jazyka. Výučba odborného anglického jazyka sa chápe ako cieľavedomá činnosť, ktorá má presne definovaný účel. Angličtina pre špecifické účely a jej nástroje predstavujú vhodný spôsob výučby. Paltridge a Strafieldová (2013, s. 2) ju považujú za výučbu angličtiny v určitej oblasti, a Day a Krzanowski (2011, s. 5) zdôrazňujú účel, ktorým je predovšetkým budúci kariérny rast. Basturkmenová (2010) podotýka, že angličtina pre špecifické účely je užšie zameraná ako všeobecné kurzy. Johnsová (2013, s. 21) vyzdvihuje jej orientáciu na prax. Hutchinson a Waters (1987, s. 53) upozorňujú, že pri zostavovaní kurzov anglického jazyka by mal učiteľ analyzovať potreby učiacich sa, tzv. „needs analysis“. S tým súhlasia i Basturkmenová (2010, s. 19) a Day a Krzanowski (2011, s. 9–10), ktorí ju prirovnávajú k auditu zručností študentov s cieľom vytvorenia vhodného kurzu zohľadňujúceho profily učiacich sa.

3. KONTEXT A METODIKA PRIESKUMU

Výučba anglického jazyka na Fakulte manažmentu, ekonomiky a obchodu Prešovskej univerzity v Prešove zohľadňuje požiadavky praxe a jej cieľom je odborná príprava budúceho manažéra. Kurzy anglického jazyka sú zostavené v súlade s filozofiou

Angličtiny pre špecifické účely. Štúdia skúma pragmatické špecifiká výučby predmetu s názvom Aplikovaný cudzí jazyk pre manažérov 2 (anglický). Ten sa vyučuje v letnom semestri v prvom roku štúdia na magisterskom stupni v trvaní 45 minút a jeho cieľom je ponúknuť študentom kurz angličtiny s dôrazom na kultúrny aspekt jazyka. Cieľom štúdie je porovnať, ako študenti vnímajú dôležitosť znalosti kultúry v rámci výučby jazyka, čo bolo uskutočnené prostredníctvom dotazníkového prieskumu v dvoch prvých magisterských ročníkoch, jeden z letného semestra 2019/2020 a druhého z letného semestra 2020/2021, pričom druhá skupina sa v predchádzajúcom zimnom semestri učila z vysokoškolskej učebnice zostavenej vyučujúcou na základe analýzy potrieb študentov daného predmetu a zdôrazňujúcej interkultúrny aspekt znalosti cudzieho jazyka. Prvá skupina sa učila z učebnice všeobecnej obchodnej angličtiny z komerčného vydavateľstva.

Dotazník sa skladal z viacerých častí, pre potreby tejto štúdie je dôležitá časť, v ktorej študenti odpovedali na štyri otázky:

1. Je podľa Vás znalosť kultúry anglicky hovoriacich krajín súčasťou učenia sa anglického jazyka?³
2. Vedeli by ste vlastnými slovami definovať interkultúrnu komunikáciu?⁴
3. Vedeli by ste vlastnými slovami definovať kultúrnu inteligenciu?⁵
4. Ak je to možné, ohodnoťte svoje interkultúrne kompetencie (hodnotiacia škála zodpovedá známkam na základnej škole).⁶

Tieto otázky boli formulované na základe osobnej skúsenosti a niekoľkoročnej praxe vyučujúcej so študentmi daného predmetu, pričom dôležitá bola jednoduchá a všeobecná formulácia, na ktorú by študent bezprostredne odpovedal kladne alebo záporne, resp. známku v poslednej otázke. Študenti v oboch skupinách sa stretli s pojmami interkultúrna komunikácia, kultúrna inteligencia a interkultúrna kompetencia počas výučby rôznych predmetov,⁷ preto sa predpokladala ich znalosť.

Pomocou prvej a poslednej otázky sa zisťovala motiváciu študentov učiť sa kultúrne špecifiká, ďalšie dve otázky boli namierené na zistenie znalosti samotných pojmov, s ktorými bola výučba spojená. Tieto otázky sa zaoberajú predovšetkým motivačnou, kognitívnou a metakognitívnou dimenziou kultúrnej inteligencie. V poslednej otázke sa využíva sebahodnotenie ako dôležitý nástroj Angličtiny pre špecifické účely (Day & Krzanowski, 2011, s. 9–10), ktorý vypovedá o sebadôvere študentov v oblasti interkultúrnych kompetencií (Lavrakas, 2008). Predpokladalo sa, že študenti druhej skupiny budú vo vyššej miere chápať význam znalosti kultúry vo výučbe jazyka, poznať a chápať pojmy interkultúrna komunikácia a kultúrna inteligencia a ich sebahodnotenie bude vyššie.

3 Možnosti: 1. áno, 2. nie, 3. neviem.

4 Možnosti: 1. áno s možnosťou, ale nie nutnosťou ju uviesť, 2. nie.

5 Možnosti: 1. áno s možnosťou, ale nie nutnosťou ju uviesť, 2. nie.

6 Škála od 1 (najlepšia) do 5 (najhoršia).

7 Napr. Interkultúrny manažment a podniková kultúra, Interkultúrna komunikácia v cestovnom ruchu, a i.

V letnom semestri 2019/2020 navštevovalo daný predmet 153 študentov, z ktorých sa 106 (69,28 %) zúčastnilo dotazníkového prieskumu. V letnom semestri 2020/2021 si Aplikovaný cudzí jazyk pre manažérov 2 (anglický) zapísalo 164 študentov, z ktorých dotazník vyplnilo 147 (89,63 %) študentov. Prvý dotazník bol distribuovaný v papierovej forme v časovom období od 10. do 17. februára 2020 a druhý v el. forme od 22. februára do 1. marca 2021. Rozdielna návratnosť bola spôsobená dobrovoľnosťou, ako i formou dotazníka.

3.1 VÝSLEDKY PRVÉHO DOTAZNÍKOVÉHO PRIESKUMU (LETNÝ SEMESTER 2019/2020)

Prvá otázka dotazníku bola namierená na chápanie vzájomného vzťahu medzi učením sa jazyka a znalosťou jeho kultúrneho kontextu. V prvom dotazníku väčšina študentov (70,75 %), odpovedala kladne, 18,87 % študentov odpovedalo záporne a 10,38 % študentov sa nevedelo vyjadriť.

Pri druhej a tretej otázke bolo cieľom zistiť, či sú študenti schopní definovať interkultúrnú komunikáciu a kultúrnu inteligenciu. Samotná definícia nebola predmetom prieskumu skôr bolo zámerom zistiť, ako študenti vnímajú ich vlastné znalosti daných pojmov. Nezistovala sa správnosť či nesprávnosť uvedených definícií. Interkultúrnú komunikáciu bolo schopných definovať 76,4 % študentov a kultúrnu inteligenciu 61,3 %. V oboch prípadoch ide o väčšinu študentov, avšak pri kultúrnej inteligencii ide o výrazne nižší pomer.

Prostredníctvom štvrtej otázky boli študenti požiadaní o evaluáciu vlastných interkultúrnych kompetencií, pričom hodnotiť sa mali od 1 po 5 tak, ako to poznajú zo základnej školy, t. z. 1 je najlepšie a 5 je najhoršie hodnotenie. Táto škála sprevádza študentov väčšinu ich štúdia v slovenskom školskom systéme, preto ju vedľa vhodne použiť. Nadpolovičná väčšina študentov sa ohodnotila známku 3, čo reprezentuje priemernú znalosť. Celkové hodnotenie bolo nasledovné:

- známka 1 (výborný): 5 %
- známka 2 (chválitebný): 26 %
- známka 3 (dobrý): 54 %
- známka 4 (dostatočný): 15 %
- známka 5 (nedostatočný): 0 %

Pozitívne je, že žiadny študent neohodnotil vlastné interkultúrne kompetencie najhoršou známku, avšak priemerná známka 3 naznačuje, že študenti sa subjektívne necítia byť dobrí ani zlí, keď ide o interkultúrne kompetencie. To môže znamenať, že si nie sú istí svojimi schopnosťami, prípadne obsahom kompetencií.

3.2 VÝSLEDKY DRUHÉHO DOTAZNÍKOVÉHO PRIESKUMU (LETNÝ SEMESTER 2020/2021)

Na prvú otázku týkajúcu sa vzťahu znalosti kultúry a učením sa jazyka odpovedala väčšina študentov kladne, t. j. 83 % študentov verí, že znalosť kultúry anglicky

hovoriacich krajín je súčasťou učenia sa anglického jazyka. Záporne odpovedalo 10 % študentov a nevedelo sa vyjadriť 7 %. V druhej a tretej otázke týkajúcich sa schopnosti definovania pojmov interkultúrna komunikácia a kultúrna inteligencia opäť dominovali kladné odpovede. Pri interkultúrnej komunikácii to bolo 93 % a pri kultúrnej inteligencii 77 % študentov.

Vo štvrtjej otázke sa väčšina študentov opäť ohodnotila známkou 3, pričom pomer bol nasledovný:

- známka 1 (výborný): 1,35 %
- známka 2 (chválitebný): 27,9 %
- známka 3 (dobrý): 62,6 %
- známka 4 (dostatočný): 6,8 %
- známka 5 (nedostatočný): 1,35 %.

Tieto výsledky boli prekvapujúce, keďže vyučujúca očakávala zlepšenie vlastného hodnotenia ako výsledok zlepšenia znalostí v oblasti interkultúrnej komunikácie, a teda vyššie sebedomie študentov.

3.3 POROVNANIE A DISKUSIA

Výsledky prvého dotazníkového prieskumu naznačujú, že aj keď sú si študenti prvého roku štúdia magisterského stupňa na Fakulte manažmentu, ekonomiky a obchodu Prešovskej univerzity v Prešove vedomí súvislosti medzi učením sa cudzieho jazyka a znalosťou kultúry a sú schopní definovať interkultúrnú komunikáciu i kultúrnu inteligenciu, ich viera vo vlastné interkultúrne kompetencie nie je zodpovedajúca, keď sa nadpolovičná väčšina (54 %) ohodnotila priemernou známkou 3 a 15 % dokonca známkou 4. V kontexte teórie uvedenej v úvode štúdie sa dajú tieto výsledky interpretovať tak, že respondenti vykazujú vyššiu úroveň v kognitívnej a metakognitívnej dimenzii, a nižšiu v motivačnej a behaviorálnej dimenzii kultúrnej inteligencie. Kým znalosti kultúrnych špecifik a ich použitie sú priamo ovplyvniteľné predovšetkým akademickými kurzami, pri motivačnej a behaviorálnej dominuje vlastná skúsenosť (Eisenberg et al., 2013, s. 615–618).

Výsledky druhého dotazníkového prieskumu a ich porovnanie s prvým dotazníkom ukazujú, že výučba anglického jazyka s dôrazom na interkultúrne aspekty má za výsledok, že študenti sú oveľa viac presvedčení o súvislosti medzi učením sa jazyka a znalosťou kultúry anglicky hovoriacich krajín. Kým v prvom dotazníku na prvú otázku kladne odpovedalo 70,75 % študentov, v druhom dotazníku to bolo už 83 % študentov. Ich schopnosť definície vybraných pojmov je tiež výrazne vyššia, pri interkultúrnej komunikácii to je až 93 % študentov, čo predstavuje nárast o 16,6 %.

Neočakávaný výsledok sa však ukázal pri vlastnej evaluácii interkultúrnych kompetencií, keď pomer študentov hodnotiacich sa známkou 3 vzrástol z 54 % na 62,6 %. Ak porovnáme ostatné známky, najlepšie hodnotenie kleslo z 5 na 1,35 %, známka 2 ostala približne na rovnakej úrovni (nárast o 1,9 %), hodnotenie známkou 4 kleslo z 15 na 6,8 % a najhoršie sa ohodnotilo 1,35 % študentov, pričom v prvom dotazníku sa takto neohodnotil žiadny študent. Tieto výsledky sa dajú interpretovať vo viace-

rych rovinách. Ako bolo spomenuté, znalosť kultúry a jej využitie je preukázateľne zvyšované akademickými kurzami, v našom prípade použitím učebnice zameranej na znalosť kultúrnych špecifik anglicky hovoriacich krajín a na prehĺbenie interkultúrnych kompetencií. Ide o kognitívnu a metakognitívnu dimenziu kultúrnej inteligencie. V prípade motivácie študentov a reálneho správania sa však dominuje vlastná skúsenosť ako nástroj zvyšovania kultúrnej inteligencie v motivačnej a behaviorálnej dimenzii. Preto by sa prekvapujúce sebahodnotenie študentov dalo interpretovať ako nedostatočná motivácia, ako i nepochopenie reálneho využitia vlastných interkultúrnych kompetencií a nedostatočná skúsenosť ich využitia v reálnej situácii. Je tiež možné, že práve prehĺbením znalosti v interkultúrnej oblasti sa prehĺbilo vnímanie vlastných schopností ako nedostatočných v sokratovskom duchu. Na relevantné odpovede však bude musieť prebehnúť kvalitatívny výskum motivácie študentov.

4. ZÁVER

Súčasný globalizovaný svet predpokladá zvládnutie interkultúrnych rozdielov vhodnou stratégiou a odbornou prípravou. Kultúrna inteligencia a znalosť cudzích jazykov sú súčasťou interkultúrnych kompetencií manažérov. Keďže vzdelávanie študentov manažmentu by malo zohľadňovať potreby praxe a reagovať na ne, výučba odborného anglického jazyka na Fakulte manažmentu, ekonomiky a obchodu Prešovskej univerzity v Prešove zahŕňa aj interkultúrny aspekt znalosti cudzieho jazyka. Vhodnosť a pochopenie tejto stratégie boli testované v rámci dotazníkového prieskumu v dvoch skupinách študentov. Obe skupiny študentov prvého roku magisterského štúdia, ktorí si v letnom semestri zapísali predmet Aplikovaný cudzí jazyk 2 (anglický), odpovedali na štyri otázky, prostredníctvom ktorých sa zistovalo, či študenti považujú znalosť kultúry anglicky hovoriacich krajín za súčasť výučby anglického jazyka, či dokážu definovať interkultúrnu komunikáciu a kultúrnu inteligenciu, a v poslednej položke mali študenti ohodnotiť svoje interkultúrne kompetencie známku od 1 do 5, pričom táto škála zodpovedala zaužívanému hodnoteniu schopností v slovenskom školstve.

Prvá skupina študentov odpovedala na dotazníkové položky na začiatku letného semestra 2019/2020 a v predchádzajúcom semestri sa učila anglický jazyk z komerčnej učebnice obchodnej angličtiny. Druhá skupina vyplnila dotazník začiatkom letného semestra 2020/2021 a v zimnom semestri 2020/2021 sa učila z učebnice zostavenej vyučujúcou predmetu s ohľadom na interkultúrny aspekt jazyka. Z oboch dotazníkov vyplýva, že hoci študenti súhlasia s dôležitosťou znalosti kultúry anglicky hovoriacich krajín pri učení sa angličtiny a sú schopní definovať vybrané pojmy súvisiace s interkultúrnymi kompetenciami, ich hodnotenie vlastných schopností v tejto oblasti je priemerné, keď sa väčšina študentov ohodnotila známku 3 – v strede hodnotiacej škály. Porovnaním odpovedí z dotazníkov sa zistilo, že skupina študentov učiacich sa z učebnice zostavenej s ohľadom na interkultúrne aspekty komunikácie vo vyššej miere súhlasila s dôležitosťou znalosti kultúry anglicky hovoriacich krajín (nárast o 12,25 %) a tiež viac študentov bolo schopných definovať vybrané pojmy (pri oboch pojmoch o približne 16 %). Neočakávaným výsledkom bolo hodnotenie

vlastných interkultúrnych kompetencií, keď v druhej skupine neprišlo k zlepšeniu hodnotenia, ale naopak viac študentov sa ohodnotilo priemernou známkom 3 a vyskytlo sa i nedostatočné hodnotenie, ktoré sa pri prvej skupine neobjavilo. Tieto výsledky je možné interpretovať vo viacerých rovinách, avšak v kontexte štúdie sa dá tvrdiť, že motivačná a behaviorálna dimenzia kultúrnej inteligencie študentov je menej rozvinutá než kognitívna a metakognitívna dimenzia, keďže tie sú ovplyvniteľné akademickými kurzami. Je preto dôležité do výučby zahrnúť i zvýšenie motivácie študentov k učeniu sa kultúrnych špecifik a stratégií ich použitia a povzbudiť študentov, aby aktívne reagovali na interkultúrne podnety v živote.

Poznámka

Príspevok je súčasťou riešenia grantového projektu KEGA č. 004PU-4/2022 „Integrácia špecifik interkultúrnej komunikácie do výučby odborného anglického jazyka“ (vedúci projektu: Mgr. Lucia Dančišinová, PhD.).

LITERATÚRA

- Ang, S., van Dyne, L., Koh, Ch., Ng, K., Templer, K. J., Tay, Ch., & Chandrasekar, N. (2007). Cultural intelligence: Its measurement and effects on cultural judgement and decision making, cultural adaptation and task performance. *Management and Organization Review*, 3(3), 335–371. <https://doi.org/10.1111/j.1740-8784.2007.00082.x>
- Ang, S., & van Dyne, L. (2008). Conceptualization of cultural intelligence: Definition, distinctiveness, and nomological network. In S. Ang & L. van Dyne (Eds.), *Handbook of Cultural Intelligence: Theory, Measurement, and Applications* (s. 3–15). M.E. Sharpe, Inc.
- Baecker, D. (1997). The meaning of culture. *Thesis Eleven*, 51, 37–51. <https://doi.org/10.1177/0725513697051000004>
- Basturkmen, H. (2010). *Developing Courses in English for Specific Purposes*. Palgrave Macmillan.
- Benčíková, D. (2013). Role of cultural intelligence in educating future business managers. In *Acta Linguistica No 9: Teaching Foreign Languages at Universities* (s. 1–12). Matej Bel University.
- Broesch, J., & Hadley, C. (2012). Putting culture back into acculturation: Identifying and overcoming gaps in the definition and measurement of acculturation. *The Social Science*, 49, 375–385. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2012.02.004>
- Dančišinová, L. (2020). Intercultural competences and cultural intelligence in professional English language teaching. *Jazyk a kultúra*, 11(43–44), 12–19.
- Day, J., & Krzanowski, M. (2011). *Teaching English for Specific Purposes: An Introduction*. Cambridge University Press.
- DeVito, J. A. (2008). *Základy medzilidské komunikace*. Grada Publishing, a. s.
- Eisenberg, J., Lee, H.-J., Brück, F., Brenner, B., Claes, M.-T., Mironski, J., & Bell, R. (2013). Can business schools make students culturally competent? Effects of cross-cultural management courses on cultural intelligence. *Academy of Management Learning & Education*, 12(4), 603–621. <https://doi.org/10.5465/amle.2012.0022>
- Gill, G. T. (2013). Culture, complexity, and informing: How shared beliefs can enhance our search for fitness. *Informing Science: the International Journal of an Emerging Transdiscipline*, 16, 71–98. <https://doi.org/10.28945/1778>

- Hofstede, G. (1984). *Culture's Consequences. International Differences in Work-Related Values*. Sage Publications.
- Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for Specific Purposes. A Learning-Centred Approach*. Cambridge University Press.
- Johns, A. M. (2013). The history of English for specific purposes research. In B. Paltridge & S. Starfield (Eds.), *The Handbook of English for Specific Purposes* (s. 5–30). Wiley-Blackwell.
- Johnson, M. T. (2013). *Evaluatin Culture. Well-being, Institutions, and Circumstance*. Palgrave Macmillan.
- Johnstone, B. (2002). *Discourse Analysis*. Blackwell Publishing.
- Lavrakas, P. J. (2008). *Encyclopedia of Survey Research Methods*. Sage Publications.
- Lawless, R. (1996). *Co je to kultúra*. Votobia.
- Lebrón, A. (2013): What is culture? *Merit Research Journal of Education and Review*, 1(6), 126–132.
- Livermore, D. (2015). *Leading with Cultural Intelligence: The Real Secret to Success*. AMACOM.
- Novinger, T. (2001). *Intercultural Communication. A Practical Guide*. University of Texas Press.
- Paltridge, B., & Starfield, S. (Eds.). (2013). *The Handbook of English for Specific Purposes*. Wiley-Blackwell.
- Patterson, O. (2014). Making sense of culture. *The annual review of sociology. Annual Reviews*, 40, 1–10. <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-071913-043123>
- Pokorný, J. (2010). *Lingvistická antropologie. Jazyk, mysl a kultura*. Grada Publishing, a. s.
- Průcha, J. (2010). *Interkulturní komunikace*. Grada Publishing, a. s.
- Putranto, N. A. R., Gustomo, A., & Ghazali, A. (2015). Analysis of cross cultural management course pedagogy methods in developing students' cultural intelligence. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 169, 354–362. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.320>
- Rathje, S. (2009). The definition of culture: An application-oriented overhaul. *Interculture Journal*, 8(8), 35–58.
- Saffarian, A., Ghonsooly, B., & Akbari, O. (2015). Cultural and social intelligences and their relationship to the ability of student translation when translating cultural and social texts. *International Journal of Comparative Literature & Translation Studies*, 3(1), 45–54. <http://dx.doi.org/10.7575/aiac.ijclts.v.3n.1p.45>
- Snow, D. (2015). English teaching, intercultural competence, and critical incident exercises. *Language and Intercultural Communication*, 15(2), 285–299. <https://doi.org/10.1080/14708477.2014.980746>
- Spencer-Oatey H., & Franklin P. (2009). Unpacking culture. In H. Spencer-Oatley & P. Franklin (Eds.), *Intercultural Interaction. Research and Practice in Applied Linguistics* (s. 13–49). Palgrave Macmillan.
- Štátny pedagogický ústav. (2017). *Spoločný európsky referenčný rámec pre jazyky. Učenie sa, vyučovanie, hodnotenie*. Štátny pedagogický ústav, Bratislava.
- Triandis, H. C. (2008). Foreword: Cultural intelligence. In S. Ang & L. van Dyne (Eds.), *Handbook of Cintelligence: Theory, Measurement, and Applications* (s. xi–xv). M. E. Sharpe, Inc.

Lucia Dančišinová | Katedra interkulturnej komunikácie, Fakulta manažmentu, ekonomiky a obchodu, Prešovská univerzita v Prešove
<lucia.dancisinova@unipo.sk>