

**VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE
FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ**

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2009

Marta Lišková

VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE

FAKULTA MEZINÁRODNÍCH VZTAHŮ



Obor: Mezinárodní obchod

Obchodní a kulturní zvláštnosti Afghánistánu
(bakalářská práce)

Autor: Marta Lišková

Vedoucí práce: Ing. Soňa Gullová, Ph.D

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně a vyznačila všechny citace z pramenů.

V Praze dne

.....
podpis studenta

Poděkování:

Ing. Soně Gullové, Ph.D. za mnohé podněty a cenné připomínky při vedení této práce.

Panu Petru Lapišovi za poznatky o průběhu obchodního jednání vedeného s afghánskými partnery.

Panu Tomáši Kociánovi za velmi užitečné informace o kultuře a chování Afghánců z jeho pohledu humanitárního pracovníka.

Obsah

SEZNAM ZKRATEK	6
ÚVOD	9
1 ZÁKLADNÍ CHARAKTERISTIKA	12
1.1 GEOGRAFICKÁ CHARAKTERISTIKA	12
1.2 DEMOGRAFICKÁ CHARAKTERISTIKA.....	14
1.3 ADMINISTRATIVNÍ ČLENĚNÍ	16
1.4 STÁTNÍ VLAJKA A STÁTNÍ ZNAK.....	17
1.5 POLITICKÝ SYSTÉM	18
1.6 HISTORICKÝ VÝVOJ	19
1.6.1 <i>Afghánistán před dosažením nezávislosti</i>	19
1.6.2 <i>Afghánistán jako nezávislý stát (1919 – 1973)</i>	22
1.6.3 <i>Afghánistán jako republika (1973 – 1978)</i>	23
1.6.4 <i>Sovětská okupace</i>	23
1.6.5 <i>Nadvláda Tálibánu</i>	24
1.6.6 <i>Současný Afghánistán</i>	24
2 EKONOMICKÁ CHARAKTERISTIKA.....	26
2.1 SITUACE V JEDNOTLIVÝCH SEKTORECH EKONOMIKY	26
2.2 ŽIVOTNÍ ÚROVEŇ	27
2.3 MĚNA	28
2.4 ZAHRANIČNÍ OBCHOD	29
2.5 POTENCIÁL AFGHÁNSKÉHO TRHU PRO ZAHRANIČNÍ FIRMY	31
3 KULTURNÍ SPECIFIKA	34
3.1 NÁBOŽENSTVÍ A JEHO VLIV.....	34
3.1.1 <i>Vznik a rozdělení islámu</i>	34
3.1.2 <i>Prameny islámu</i>	35
3.1.3 <i>Základní principy islámu</i>	36
3.1.4 <i>Hodnotové orientace muslimů</i>	37
3.2 INTERPERSONÁLNÍ VZTAHY.....	39
3.2.1 <i>Rodina</i>	40
3.2.2 <i>Vztah mezi pohlavími</i>	41
3.2.3 <i>Hosté</i>	41
3.2.4 <i>Vztah k autoritám</i>	41
3.2.5 <i>Děti v Afghánistánu</i>	42
3.3 NORMY SPOLEČENSKÉHO CHOVÁNÍ	42

3.3.1	Zdravení	42
3.3.2	Verbální komunikace a vyjadřování	43
3.3.3	Oční kontakt	43
3.3.4	Gesta	44
3.3.5	Osobní prostor a fyzický kontakt během komunikace	44
3.3.6	Pravidla komunikace mezi muži a ženami	44
3.3.7	Zákazy a tabu	45
3.4	VÝZNAM ČASU	45
3.4.1	Kalendář	45
3.4.2	Volný čas	47
3.5	ODÍVÁNÍ	47
3.6	STRAVOVACÍ NÁVYKY	48
3.6.1	Afghánská kuchyně	49
3.7	BYDLENÍ	49
4	OBCHODNÍ ZVYKLOSTI.....	51
4.1	PRŮBĚH OBCHODNÍHO JEDNÁNÍ.....	51
4.1.1	Vyjednávací partner.....	51
4.1.2	Úvodní část jednání.....	51
4.1.3	Vyjednávání.....	52
4.1.4	Formy jednání a jednací jazyky	52
4.1.5	Politika otevřených dveří.....	52
4.2	PŘÍSTUP KE SMLUVNÍM ZÁVAZKŮM A ŘEŠENÍ OBCHODNÍCH SPORŮ.....	53
4.3	ČAS V OBCHODNÍM JEDNÁNÍ	53
4.3.1	Pracovní doba	53
4.3.2	Vhodná doba pro obchodní jednání.....	53
4.3.3	Dochvilnost.....	54
4.4	FIREMNÍ STRUKTURA A VZTAHY NA PRACOVÍŠTI	54
4.5	POSTAVENÍ ŽENY V OBCHODĚ	54
4.6	ETIKETA ODÍVÁNÍ PŘI OBCHODNÍCH SCHŮZKÁCH.....	55
4.7	VIZITKY A DARY	55
	ZÁVĚR.....	57
	LITERATURA	59
	SEZNAM TABULEK	64
	SEZNAM GRAFŮ	64
	SEZNAM OBRÁZKŮ	64

SEZNAM PŘÍLOH	65
PŘÍLOHY	66

Seznam zkratek

ADB	Asian Development Bank
AFN	kód Afghánského afghání
ATTA	Afghanistan Transit Trade Agreement
CAREC	Central Asia Regional Economic Cooperation
CIA	Central Intelligence Agency
CP	Colombo Plan
EBA	Everything but arms
ECO	Economic Cooperation Organization
FAO	Food and Agriculture Organization
G-77	Group of 77
GSP	Generalized System of Preferences
IAEA	International Atomic Energy Agency
IBRD	International Bank for Reconstruction and Development
ICAO	International Civil Aviation Organization
ICCt	International Criminal Court
ICPO	Interpol (International Criminal Police Organization)
IDA	International Development Association
IDB	Islamic Development Bank
IFAD	International Fund for Agricultural Development
IFC	International Finance Corporation
IFRCS	International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies
ILO	International Labour Organization

IMF	International Monetary Fund
IOC	International Olympic Committee
IOM	International Organization for Migration
ISO	International Organization for Standardization
ITSO	International Telecommunications Satellites Organization
ITU	International Telecommunication Union
MIGA	Multilateral Investment Guarantee Agency
NAM	Nonaligned Movement
OIC	Organization of the Islamic Conference
OPCW	Organization for the Prohibition of Chemical Weapons
OSCE	Organization for Security and Cooperation in Europe
SAARC	South Asian Association for Regional Cooperation
SACEP	South Asia Co-operative Environment Program
SCO	Shanghai Cooperation Organisation
TIFA	Trade and Investment Framework Agreement
UNCTAD	United Nations Conference on Trade and Development
UNESCO	United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization
UNIDO	United Nations Industrial Development Organization
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
UPU	United Nations University
WCO	Universal Postal Union

WFTU	World Federation of Trade Unions
WHO	World Health Organization
WIPO	World Intellectual Property Organization
WMO	World Meteorological Organization
WTO	World Trade Organization

Úvod

Současná doba, ovlivněná stále intenzivnější globalizací, přináší jednotlivým ekonomickým subjektům rostoucí množství možností jejich vzájemného kontaktu napříč celou zemí. Vzniká stále více obchodních vztahů mezi lidmi z odlišných zemí a kultur. K tomu, aby byly tyto vztahy úspěšné, je zapotřebí znát a respektovat rozdíly mezi chováním, zvyklostmi a myšlením jednotlivých kultur. Mně samotnou oblast kultury a odlišností jednotlivých částí světa velmi zajímá, a proto jsem se rozhodla zaměřit se na toto téma i při zpracovávání své závěrečné práce.

Důvodem pro výběr Afghánistánu jako země, o jejíchž kulturních zvyklostech bych chtěla informovat čtenáře své bakalářské práce, je především její zařazení do islámské kulturní větve, která je značně odlišná od kultury evropské, postavené na křesťanských základech. Dalším důvodem je velmi vážná a celým světem napjatě sledovaná humanitární a válečná situace v Afghánistánu, způsobená bojem proti terorismu. Třetím důvodem je ekonomická situace této země. Stejně jako samotné státní uspořádání je i afghánská ekonomika teprve na počátku procesu formování, sjednocování a následného vývinu. To činí Afghánistán zemí nabízející zahraničním podnikům nedožité možnosti ve všech ekonomických sférách.

Cílem této práce je nejen seznámit čtenáře se základními informacemi o Afghánistánu, přiblížit mu kulturní zvyklosti a informovat o obchodních zvláštностech, které v této zemi panují, ale i zjistit, zda a jaké zkušenosti mají české firmy s obchodním jednáním s afghánskými partnery.

Práci jsem rozdělila do čtyř kapitol. Záměrem první kapitoly je podat přehled o základních informacích týkajících se Afghánistánu jako jednoho ze států světa. Zaměřila jsem se zde na geografickou a demografickou charakteristiku země, na její administrativní uspořádání, politický systém a historický vývoj, protože všechna tato fakta mají zásadní význam pro pochopení kultury dané země.

Druhá kapitola se věnuje ekonomické charakteristice Afghánistánu. Jejím předmětem je analyzovat současnou ekonomickou situaci a potenciál této země, který může nabídnout zahraničním firmám a podnikům.

Ve třetí kapitole se snažím docílit zachycení kultury Afghánistánu a jejích odlišností od kultury evropské. V její první části se zabývám samotným islámem, tedy vírou a morálním kodexem 99 % celého obyvatelstva¹. Další dvě části jsou věnované mezilidským vztahům, normám společenského chování. Neopomínám ani rozdíly ve vnímání času, odívání, bydlení nebo stravovacích zvyklostech.

Tématem čtvrté kapitoly jsou zvyklosti týkající se obchodního jednání. Jejím úkolem je podat zprávu o pravidlech spojených s vedením obchodního jednání a zkušenostech českých podniků s afghánskými obchodními partnery. Zabývám se zde především průběhem samotného obchodního jednání a přípravou na něj. Charakterizuji zde i další zvláštnosti obchodních vztahů s Afghánci, kterými jsou například odívání v obchodním styku, dary a vizitky, postavení ženy v obchodě, čas v obchodním jednání nebo interpersonální vztahy na pracovištích.

Při zpracovávání této práce jsem vyšla z PEST analýzy afghánského prostředí. Vzhledem k tomu, že mi rozsah bakalářské práce neumožňuje věnovat se kompletní PEST analýze, zaměřila jsem se zde pouze na ekonomickou a socio-kulturní charakteristiku Afghánistánu. Celé podnikatelské prostředí zanalyzuji až v práci diplomové.

Při tvorbě této práce jsem zvolila metodiku rešerše. Pracovala jsem jak se sekundárními, tak s primárními zdroji. Mými sekundárními zdroji byly tištěné publikace i statistiky, články a dokumenty dostupné na internetu. Při získávání primárních zdrojů jsem se obrátila na důležité české vládní i nevládní organizace. Kontaktovala jsem Ministerstvo zahraničních věcí České republiky², Ministerstvo průmyslu a obchodu³, Český statistický úřad⁴, České velvyslanectví v Afghánistánu⁵ a organizace Člověk v tísni⁶ a Czech Trade⁷ s prosbou, zda by mi mohly poskytnout kontaktní informace o českých firmách obchodujících v Afghánistánu. Většina těchto organizací požadovanými informacemi nedisponovala. Byla jsem ale nasměrována na katalog firem vedený Czech Trade, podle kterého jsem našla seznam šesti českých firem, které mají mít obchodní zastoupení v Afghánistánu, nebo do něj vyvážejí své produkty a služby. Požádala jsem tedy těchto šest

¹ MAREK, J. Afghánistán – stručná historie států, str. 106

² <http://www.mzv.cz/jnp/>

³ <http://www.mpo.cz/>

⁴ <http://www.czso.cz/>

⁵ kabul@embassy.mzv.cz

⁶ <http://www.clovekv tisni.cz/>

⁷ <http://www.czechtrade.cz/>

podniků a ještě společnost, na kterou jsem získala kontakt od naší ambasády v Kábulu, o pomoc při získávání informací týkajících se obchodního jednání v Afghánistánu. Část z těchto podniků však obchodování s Afghánistánem z ekonomických nebo bezpečnostních důvodů ukončila, část využívá pro kontakt s Afghánistánem jiné firmy a jeden podnik své obchodní vztahy teprve navazuje. Podařilo se mi však dostat do kontaktu s panem Petrem Lapišem, manažerem akciové společnosti Exposita, která má desetiletou zkušenost s obchodováním v Afghánistánu. Pan Lapiš ochotně vyplnil dotazník, který jsem mu zaslala, a poskytl mi tak cenné informace o průběhu a pravidlech obchodního jednání s Afghánci. Dalším mým významným zdrojem informací byl pan Tomáš Kocián, pracovník humanitární organizace Člověk v tísni, který strávil v Afghánistánu tři roky jako pozorovatel a je tedy velmi dobře seznámen s kulturní stránkou této země. Umožnil mi interview, ze kterého jsem čerpala informace pro třetí a čtvrtou kapitulu této práce.

Během vyhledávání informací pro tuto práci jsem narazila na řadu komplikací. Základním problémem je bezpečnostní situace v Afghánistánu, která velmi omezuje kontakt s touto zemí. Ministerstvo zahraničí dokonce vydalo před dvěma lety důrazné varování před cestováním do Afghánistánu, které stále ještě nebylo staženo.⁸ Kvůli tomuto bezpečnostnímu omezení existuje pouze nepatrné množství našich firem s obchodními styky v této zemi. Je to i důvodem pro nedostatek aktuálních knižních publikací věnovaných Afghánistánu. Existuje sice řada knih věnovaných této tématice, většina jich je však velmi starého vydání a tedy popisující situaci dávno minulou. Lepší situace vládne na poli zdrojů internetových, minimálně co se týče aktuálních událostí, historického vývoje a cestopisů. Články zaměřené na kulturu jsou velmi ojedinělé. I proto doufám, že by moje práce mohla přispět k lepší informovanosti o charakteru a kultuře Afghánistánu.

⁸ Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. Aktuální doporučení a varování.

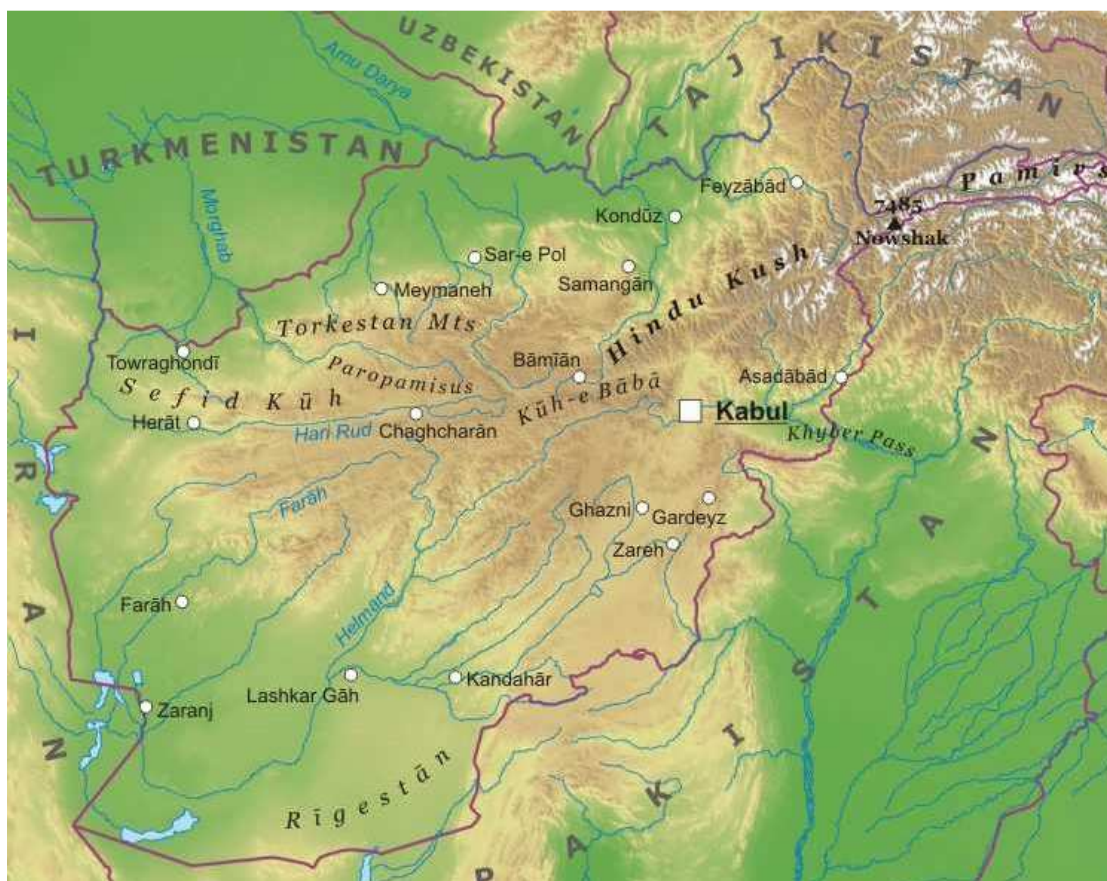
1 Základní charakteristika

1.1 Geografická charakteristika

Poloha

Afghánistán, oficiálním názvem Islámský stát Afghánistán, se nachází na pomezí mezi jižní, jihozápadní a střední Asií, mezi 29°35' a 38°30' severní šířky a mezi 60°35' a 74°50' východní délky. Na severu hraničí s Uzbekistánem (137 km), Tádžikistánem (1206 km) a Čínou (76 km), na východě a jihu s Pákistánem (2430 km), na západě s Íránem (936 km) a na severozápadě s Turkmenistánem (744 km).⁹

Obrázek 1: Fyzická mapa Afghánistánu



Zdroj: Free World Maps. Physical Map of Afghanistan. [online]. [cit. 2009-3-28].
<http://www.freeworldmaps.net/asia/afghanistan/map.html>.

⁹ MAREK, J. Afghánistán - stručná historie států. 1. vyd. Praha: Libri 2003. ISBN 80-7277-128-0, str. 104.

Povrch

Afghánistán se rozkládá na 647 500 km²¹⁰. Většina povrchu je hornatá. Nejvýznamnějším pohořím je Hindúkuš, umístěný ve východní části země, s nejvyšší horou Nošak (7492 m). Hindúkuš rozděluje Afghánistán na tři geografické regiony - náhorní plošiny na severu, vysočinu v centrální části země a rovinu na jihu země. V každém z těchto regionů se setkáváme s jiným podnebím. Centrální vysočina zaujímá asi 160 000 km² a je tvořena vysokými pohořími a hlubokými údolími. Tento složitý geografický reliéf měl a stále má velký strategický význam, co se obrany země týče. Vede zde i velmi známá cesta na Indický subkontinent přes průsmyk Chajbar. Jižní rovina, která zaujímá asi 50 000 km² povrchu země, je tvořena vysoko položenými náhorními plošinami a písčnými pouštěmi. Na jihozápadě tohoto regionu teče několik řek, jinak je to území velmi suché a neúrodné, výjimkou zde nejsou ani písčné bouře. Severní náhorní plošiny pokrývají okolo 40 000 km² Afghánistánu. Je to vysoce úrodný region tvořený rovinami a podhůřími. Z těchto důvodů je právě sem umístěna naprostá většina afghánského zemědělství.¹¹

Podnebí

Klima Afghánistánu je převážně kontinentální subtropické. To se vyznačuje horkými léty a mírnými zimami, velkými rozdíly mezi teplotou ve dne a v noci, nedostatkem vláh a silnými větry. Podnebí je velmi významně ovlivněno nadmořskou výškou. V horách panuje chladné vysokohorské podnebí, naopak v nížinách se sníh a mráz příliš nevyskytují a vysoké letní teploty jsou zde normou. V průměru zde spadne asi 300 mm srážek, většinou v zimě a především na jihu a východě země, díky vlivu jihoasijského monzunového proudění.¹²

Vodstvo

Vodní plochy v Afghánistánu zaujímají naprosto zanedbatelné procento z celkové plochy země. Největší vodní plochou je občasné jezero Sábírí na Íránské hranici. Mezi nejdůležitější vodní toky patří řeky Hilmand, Herirúd a Murgháb protékající západní a střední částí země. Žádná z nich však nepřekračuje hranice země – všechny tři se ztrácejí

¹⁰ Central Intelligence Agency. The World Factbook. [online]. [cit. 2009-3-14]. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/af.html>.

¹¹ Afghanistan Online. Geography. [online]. [cit. 2009-3-23] <http://www.afghan-web.com/geography/index.html>.

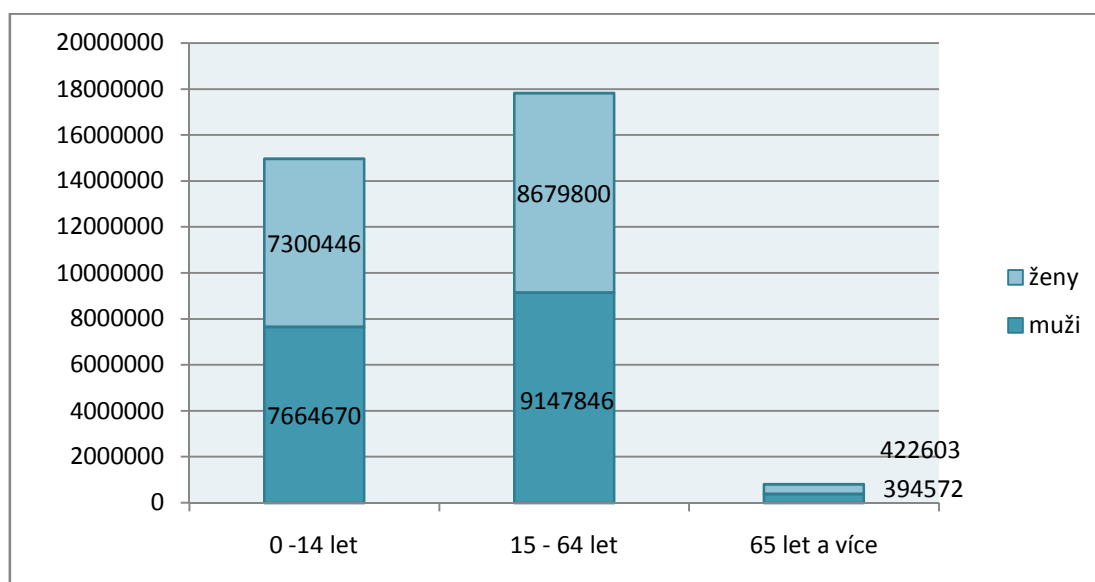
¹² ŠLACHTA, M., PROCHÁZKOVÁ, P. Afghánistán. 1. vyd., Praha: Libertas 2003. ISBN 80-7011-784-2, str. 3-4.

v pouštích. Severní částí Afghánistánu teče řeka Amudarja a její zdrojnice Pandž, na východě je jediným významným tokem řeka Kábul, jeden z přítoků Indu.¹³

1.2 Demografická charakteristika

Podle odhadů Central Intelligence Agency (CIA) má v červnu tohoto roku v Afghánistánu žít 33 609 937 obyvatel. Polovina z nich má být v produktivním věku, téměř polovina mají být děti, tedy předproduktivní skupina, pouhý zlomek obyvatel by měl dosáhnout věku vyššího než 65 let.¹⁴ Tyto údaje jsou znázorněny v následujícím grafu (Graf 1: Složení obyvatelstva podle zařazení do věkových skupin (odhady k 6/2009)).

Graf 1: Složení obyvatelstva podle zařazení do věkových skupin (odhady k 6/2009)



Zdroj: vlastní zpracování podle údajů CIA.

Míra populačního přírůstku je odhadována na 2,629 %, což Afghánistán řadí mezi státy s progresivním populačním přírůstkem. Porodnost dosahuje 45,82 dětí na 1000 obyvatel a úmrtnost 19,56 mrtvých na 1000 obyvatel. Podobné údaje můžeme najít u nejméně vyspělých afrických zemí, jako je např. Niger, Mali nebo Uganda. Stejně tak se Afghánistán řadí i mezi země s nejnižší průměrnou délkou života. Průměrný věk dožití se pohybuje kolem 44-45 let. Afghánistán je země s třetí nejvyšší novorozeneckou úmrtností na světě¹⁵. Zemře zde ročně 151,95 dítěte na 1000 živě narozených dětí. Míra migrace je

¹³ MAREK, J. Afghánistán - stručná historie států, str. 110-111.

¹⁴ Central Intelligence Agency. The World Factbook.

¹⁵ první dvě příčky v novorozenecké úmrtnosti zaujímají Angola (180,21) a Sierra Leone (154,43)

21 migrantů na 1000 obyvatel. Vyšší migraci mají už jen Spojené Arabské Emiráty. Gramotných je pouze 28,1 % Afghánců.¹⁶

Obyvatelstvo Afghánistánu se skládá z řady etnických skupin.¹⁷ Nejpočetnější zastoupení mají Paštúnové (42 % obyv.). Paštúnové obývají především široký pás území kolem afghánsko-pákistánské hranice, jih Afghánistánu a území kolem hranice s Íránem až k Herátu.¹⁸ Druhým největším etnikem jsou Tádžikové (27 % obyv.), žijící v regionu na sever od Kábulu. Obě tato etnika mají původ ve středomoří, jsou většinově sunnitská a zabývají se především farmářstvím a pastevectvím.¹⁹ Další etnickou skupinou jsou Hazárové (9 % obyv.), kteří jsou potomky Mongolů a východních Turků. Obývají samotné srdce Afghánistánu. Dlouho stáli na nejnižších stupních afghánského společenského žebříčku, v posledních desetiletích se jejich postavení zlepšuje. Většina se hlásí k šiítům.²⁰ Uzbekové (9 % obyv.) obývají spolu s Tádžiky severní území regionu. Jejich původ je odvozován od Mongolů. Jsou to jak zemědělci a pastevci, tak zruční řemeslníci a obchodníci. Stejně jako Tádžikové jsou sunnité.²¹ Mezi další menší etnika patří Ajmakové, Turkmeni, Balúčové a další.²² Výskyt jednotlivých afghánských etnik zobrazuje mapka na následující straně (Obrázek 3: Geografické rozmístění etnických skupin).

Obrázek 2: Zástupci jednotlivých afghánských etnik

(skupina paštúnských dětí, tádžické děti, hazárský chlapec a uzbeký starší)



Zdroj: Answers.com. Demography of Afghanistan. [online]. [cit. 2009-6-10]
<http://www.answers.com/topic/demography-of-afghanistan>.

¹⁶ Central Intelligence Agency. The World Factbook.

¹⁷ Country studies. Ethnic groups. [online]. [cit. 2009-3-15] <http://countrystudies.us/afghanistan/38.htm>.

¹⁸ Country studies. Pashtun. [online]. [cit. 2009-3-15] <http://countrystudies.us/afghanistan/38.htm>.

¹⁹ Country studies. Tajik. [online]. [cit. 2009-3-15] <http://countrystudies.us/afghanistan/39.htm>.

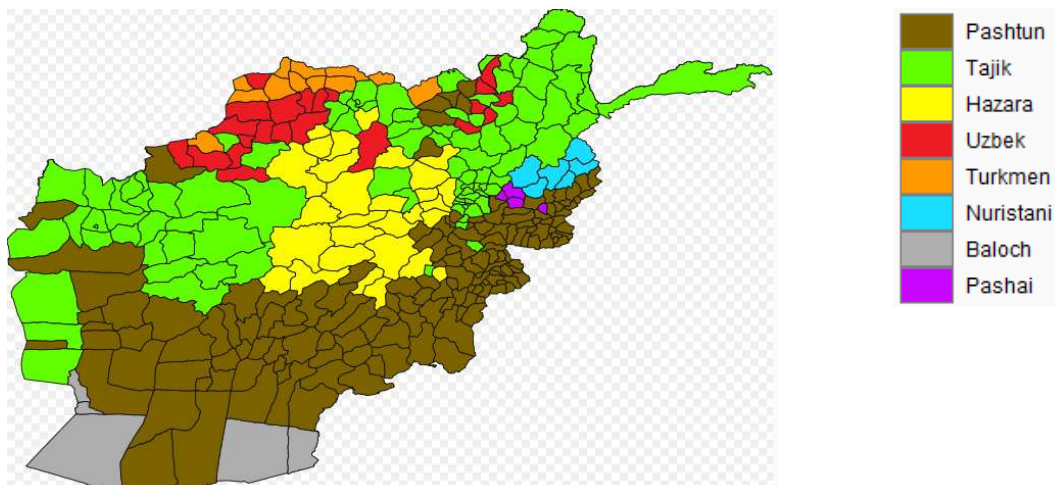
²⁰ Country studies. Hazara. [online]. [cit. 2009-3-15] <http://countrystudies.us/afghanistan/40.htm>.

²¹ Country studies. Uzbek. [online]. [cit. 2009-3-15] <http://countrystudies.us/afghanistan/41.htm>.

²² Central Intelligence Agency. The World Factbook.

Díky bohatému etnickému složení existuje v Afghánistánu široká paleta používaných jazyků. Největší množství lidí hovoří afghánskou perštinou, paštúnštinou a různými tureckými nářečími. Můžeme se zde ale setkat i s dalšími asi třiceti jazyky. Velká část obyvatelstva je bilingvní.²³

Obrázek 3: Geografické rozmístění etnických skupin



Zdroj: Wikipedia. Map of Ethnic Groups in Afghanistan. [online]. [cit. 2009-3-28]
<http://www.freeworldmaps.net/asia/afghanistan/map.html>.

1.3 Administrativní členění

Afghánistán se dělí na 34 provincií.²⁴ Jednotlivé provincie jsou rozčleněny na tzv. velké okresy, okresy a oblasti. Tyto správní jednotky nemají vzájemné hierarchické uspořádání a jejich území se nijak nepřekrývají. V čele provincií stojí guvernér, v čele velkého okresu vrchní náčelník, okresy spravují náčelníci a oblasti starostové.²⁵ Rozdělení Afghánistánu na jednotlivé provincie příliš nerespektuje rozmístění jednotlivých etnik, což poměrně komplikuje národnostní situaci.²⁶ Hlavním městem Afghánistánu je Kábul (3 000 000 obyv.). Mezi další významná města je řazen Herát (349 000) Kandahár (324 800) a Mazáre Šaríf (300 600).²⁷ Afghánistán je jedním z nejméně urbanizovaných států Asie. Je zde pouze několik desítek měst a pouze první čtyři v textu již zmíněná města obývá více než 300 000 osob. Ve městech žije přibližně čtvrtina obyvatel Afghánistánu.²⁸

²³ Central Intelligence Agency. The World Factbook.

²⁴ tamtéž.

²⁵ MAREK, J. Afghánistán - stručná historie států, str. 106.

²⁶ informace z interview.

²⁷ Answers.com. List of cities in Afghanistan, podle odhadů Centrálního statistického úřadu v Afghánistánu k roku 2006. [online]. [cit. 2009-4-27]. Dostupné z <http://www.answers.com/topic/list-of-cities-in-afghanistan>.

²⁸ Central Intelligence Agency. The World Factbook.

Obrázek 4: Administrativní členění země



Zdroj: Afghanistan online. Map of Provincial Divisions. [online] [cit. 2009-3-25] http://www.afghan-web.com/geography/provincial_divisions.html.

1.4 Státní vlajka a státní znak

Vlajka Afghánistánu je nejčastěji se měnící vlajkou na světě. Souvisí to s častým střídáním státních zřízení. Ta současná je platná od 4. 1. 2004 a její podoba vychází z vlajky užívané v období monarchie v letech 1930-1973.²⁹

Obrázek 5: Státní vlajka a státní znak Afghánistánu



Zdroj: Wikipedia. Flag of Afghanistan. [online]. [cit. 2009-3-25] http://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:Flag_of_Afghanistan.svg;
Wikipedia. Afghanistan COA. [online]. [cit. 2009-3-25] http://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:Afghanistan_COA.png.

²⁹ Wikipedie. Afghánská vlajka. [online]. [cit. 2009-3-25] http://cs.wikipedia.org/wiki/Afgh%C3%A1nsk%C3%A1_vlajka.

Vlajku tvoří obdélník s poměrem stran 2:3. Na něm jsou tři stejně široké svislé pruhy – černý, červený a zelený. Do středu vlajky, tedy do červeného pruhu a na část pruhu zeleného a černého je umístěn státní znak Afghánistánu. Tím je bíle vyobrazená mešita s kazatelnou a vlajkami po obou stranách. Pod mešitou je vepsán rok 1298 slunečního kalendáře, tedy rok vyhlášení nezávislosti Afghánistánu.³⁰ Mešita je lemována zespodu a po stranách věncem pšeničných klasů. Nad mešitou je nadepsána *šahada*³¹, která spolu s věncem obilných klasů tvoří kruh. Mezi *šahadou* a mešitou jsou vyobrazeny paprsky vycházejícího slunce nad *takbirem*³². Ve spodní části znaku, na věnci klasů, leží svitek nesoucí název Afghánistánu.³³

1.5 Politický systém

Politický systém Afghánistánu se v posledních čtyřech desetiletích poměrně často výrazně měnil, takže jeho struktura se stále ještě upevňuje. Co se týče typu vlády, je Afghánistán republikou, právně založenou na kombinaci civilního práva a *šaríi*³⁴.

V čele státu stojí prezident, tím současným je od prosince roku 2004 Hamid Karzai. Prezident plní zároveň funkci hlavy vlády, tedy výkonné moci Afghánistánu. Vládu tvoří 25 ministrů.³⁵

Moc zákonodárnou představuje dvoukomorová *Loja džirga*. První komorou je tzv. *Wolesi Jirga*, zasedá v ní 249 občanů volených na pět let. Druhá komora je nazývána *Meshrano Jirga*. Má 102 členů; jedna třetina jich je volena z provinciálních zastupitelstev, vždy na čtyři roky; druhá třetina jsou zastupitelé místních oblastí volení na tři roky; poslední třetinu tvoří lidé, které nominuje prezident, ti jsou voleni na pětileté období. V Afghánistánu existuje několik desítek politických stran. Mezi hlavní politické strany patří např. Islámské společenství, Islámská strana, Národní islámská fronta, Strana islámské jednoty a další. Samotný parlament kopíruje svým složením komplikovaný systém afghánských etnik. Jednotlivé strany hájí práva svých zájmových skupin, nefunguje zde žádná silnější koalice, především žádná provládní koalice. Vláda tím pádem není schopná řádně provádět své

³⁰ tj. podle našeho kalendáře rok 1919.

³¹ *šahada* je vyznání víry, jeden z pěti pilířů Islámu; více viz kapitola 2.1.3 Základní principy náboženství

³² název pro frázi *Alláhu Akbar*, tzn. „Bůh je veliký“.

³³ Central Intelligence Agency. The World Factbook.

³⁴ *šaríá* je náboženské právo, více viz. kapitola 2.1.2 Prameny islámu.

³⁵ HORÁK, S. Zacarované kruhy Afghánské. [online]. [cit. 2009-2-28].

http://bohyslavsobotka.cz/Downloads/zacarovane_kruhy_afghanske_ii_tisk.doc.

reformy, takže vypadá slabě, to dodává na moci různým kmenovým vůdcům, což podkopává systém jednotného demokratického státu.³⁶

Soudní moc vykonává devítičlenný Nejvyšší soud (*Stera Mahkama*), jemu podřízené Vrchní a Odvolací soudy a zvlášť stojící Afghánská nezávislá komise pro lidská práva, zabývající se zneužíváním lidských práv a válečnými zločiny.³⁷

1.6 Historický vývoj

Vzhledem ke své geografické poloze na křižovatce mezi střední, západní a jižní Asií, což z něj dělá velmi strategicky zajímavé území pro okolní státy, jsou dějiny a celý vývoj Afghánistánu velmi úzce spjatý s historickým vývojem okolních zemí – především Íránu, Indie a států střední Asie.

1.6.1 Afghánistán před dosažením nezávislosti

Podle dochovaných historických pramenů víme, že afghánské území bylo osídleno již ve starší době kamenné, tedy asi v 6. tisíciletí př. n. l. Žili zde kočovné národy, zabývající se zemědělstvím a pastevectvím. Podle některých dohadů byli tito lidé prvními, kdo začali pěstovat obilí.³⁸

V 1. tisíciletí př. n. l. vznikají na území dnešního Afghánistánu první státní útvary. Nejbohatším a nejvyspělejším z nich byla Baktrie, která se kromě Afghánistánu rozkládala i na území dnešního Tádžikistánu a Uzbekistánu. Baktrie se skládala z poměrně vyspělých městských sídel s rozvinutým systémem zavlažování a byla významným obchodním střediskem karavanního obchodu mezi Indií, Íránem a Střední Asií.³⁹

První písemné zprávy o Afghánistánu pocházejí z 6. století př. n. l. V tomto období čelil Afghánistán neustálým nájezdům Peršanů, kteří si jej postupně podmanili a vytvořili si z něj jednu ze svých provincií. Jejich nadvláda nad Afghánistánem však byla po dvou stoletích ukončena Alexandrem Makedonským, který perskou říši v polovině 4. století př. n. l. obsadil. Toto řecké podmanění nezasáhlo nijak hlouběji do politického života Afghánistánu, otevřelo ale cestu kulturním vlivům Řecka.⁴⁰

³⁶ HORÁK, S. Začarované kruhy Afghánské.

³⁷ tamtéž.

³⁸ MAREK, J. Afghánistán - stručná historie států, str. 7.

³⁹ tamtéž str. 7-8.

⁴⁰ tamtéž str. 8-9.

Po smrti Alexandra Makedonského jeho panství zaniká a ve 3. století př. n. l. se Afghánistán dostává pod nadvládu indického krále Čandragupty. Jeho moc nad Afghánistánem během 3. století př. n. l. postupně oslabuje, čehož využívá guvernér Baktrie a prohlašuje se králem tzv. řecko-baktrijského státu. Baktrie se znovu stává bohatou a rozvinutou zemí.⁴¹

Během 4. a 3. století př. n. l. se z Indie do Afghánistánu začíná šířit buddhismus, který se zde mísí s řeckou kulturou. Udržel se zde skoro jedno tisíciletí. Z této doby pochází řada významných památek.⁴²

V období od 2. století př. n. l. do 4. století n. l. je území Afghánistánu průběžně podmaňováno a rozdělováno v okolí žijícími asijskými kmeny. Mezi ty nejznámější patří Tocharové, Parthové, Kúšanové, Guptovci a Sásánovci. Během 5. a 6. stol. trpí celé území nájezdy Hunů^{43 44}.

Počátek 7. století je spojený se vznikem islámu a dobovatelskými snahami arabské říše. Arabové vedou dobovatelské boje za účelem rozšířit svoji víru a moc a po hunských vpádech zpustošený Afghánistán se snadno stává jedním z jimi získaných území, tzv. bagdánským chalífátem⁴⁵. Afghánci v této době přijímají islám, přesto však stále rozvíjí své zvyky a tradice a zůstávají i nadále otevření východním vlivům, především indické vědě a kultuře. Na konci 1. tisíciletí oslabuje moc Arabů nad bagdánským chalífátem a Afghánské území ovládají Peršané. Od 9. století zde vládou různé perské rody, jako např. Táherovci, Saffárovci a Sámánovci. V této době se začínají, doteď převážně kočovní Afghánci, usazovat, vzniká zde kmenová a statkářská hierarchie a dochází k rychlému rozvoji řemesel, obchodu a zemědělství. Horské oblasti zůstávají stále oddělené a rychlý hospodářský vývoj je nijak nezasahuje.⁴⁶

⁴¹ MAREK, J. Afghánistán - stručná historie států, str. 9.

⁴² tamtéž str. 9-10.

⁴³ Bílí Hunové – Heftalité, ze stepí na jih od Altaje.

⁴⁴ MAREK, J. Afghánistán - stručná historie států, str. 10-11.

⁴⁵ Arabské říše byla rozdělena na několik menších územních jednotek – chalífátů, pojmenovaných podle chalífů, kteří stáli v čele těchto zřízení.

⁴⁶ MAREK, J. Afghánistán - stručná historie států, str. 11-15.

Během 10. a 11. stol. vzniká islámská říše Ghazna a Afghánistán se stává její součástí. Horské kmeny – Paštúni a Ghúrové jsou násilně nuceni přijmout islám. V této době dochází v Afghánistánu k mocnému rozvoji hospodářství, kultury, vědy i umění.⁴⁷

V 13. století obrací své útoky na západní Asii, tedy i na Afghánistán, Mongolové. Podnikají kruté nájezdy, vraždí a ničí. Mnohá Afghánská města nesou následky těchto nájezdů až dodnes, řada jich byla zcela srovnána se zemí. Afghánistán se nakonec stává součástí mongolské říše, což vede k dalšímu kulturnímu i hospodářskému úpadku. Na konci 14. století vtrhne do Afghánistánu Tímúr⁴⁸, téměř vyhladí zdejší obyvatelstvo a osídluje Afghánistán turecko-mongolskými kmeny. Za jejich potomky jsou považováni Hazárové.⁴⁹

Počátkem 16. stol. je Afghánistán rozdělen mezi tři dynastie. Západ afghánského území ovládají Safíjovci, kteří byli stoupenci šíitů, a dělají z něj součást Íránu. Východní a střední Afghánistán patří k indické říši velkých Murghalů (tj. persky Mongolů). Území na severu země si podřídili chánové z Uzbekistánu jako část tzv. Bucharského chanátu. Toto rozdělení velmi výrazně ovlivnilo vývoj afghánské kultury, dodnes jsou patrné jeho následky. Na západě státu se mluví afghánskou perštinou a převládá zde i perská vzdělanost, na severu mluví lidé uzbecky a nalézáme zde především vlivy středoasijské kultury a ve středním a východním Afghánistánu žijí Paštúnové, kteří mají jazykově i kulturně nejbližší kultuře tehdejší severozápadní Indie, tj. dnešního Pákistánu.⁵⁰

Oslabení moci okolních států během 18. století a úzká spolupráce mezi jednotlivými paštúnskými kmeny, jejichž cílem bylo zbavit se cizí nadvlády, daly za vznik jednotnému afghánskému státu. Za zakladatele je považován Ahmad chán Abdalí. Za jeho vlády Afghánistán prosperuje, dokonce dochází i k výbojům do okolních území. Rozvoj blahobytu vede k upevňování společnosti a její diferenciaci. Po smrti Ahmada dochází k postupnému úpadku, ztrátám území a nakonec až k rozpadu Afghánistánu na čtyři knížectví.⁵¹

V první polovině 19. století, po upevnění svého postavení v Indii, obrací svůj zájem směrem k Afghánistánu Velká Británie. Stejně tak si dělají na Afghánistán záslusk Rusko a

⁴⁷ MAREK, J. Afghánistán - stručná historie států, str. 15-17.

⁴⁸ turkomongolský dobyvatel.

⁴⁹ MAREK, J. Afghánistán - stručná historie států, str. 17-19.

⁵⁰ tamtéž str. 19-22.

⁵¹ tamtéž str. 22-24.

Persie. Tak se stává Afghánistán po celé 19. století územím neustálých mocenských bojů těchto tří zemí, dochází dokonce ke dvěma britsko-afghánským válkám. Velká Británie nakonec získává největší vliv nad Afghánistánem.⁵²

Od začátku 20. století dochází v Afghánistánu k významnému rozvoji. Vzniká trh v rámci téměř celého území, jsou zakládány první manufaktury a v zemědělství dochází k užší specializaci. Tento rozvoj opět v podstatě míjí horské oblasti. Nově vzniklého afghánského trhu využívají Velká Británie a Rusko a zaplavují jej svým, levnějším, průmyslovým zbožím a navíc zde výhodně získávají suroviny. Nad Afghánistánem stále funguje nadvláda Velké Británie, proti které se bezúspěšně staví různá afghánská národní hnutí.⁵³

1.6.2 Afghánistán jako nezávislý stát (1919 – 1973)

Po druhé světové válce, během které si Afghánistán držel statut neutrálního státu, nastupuje na trůn emír Amánulláh, vyhláší nezávislost Afghánistánu (23. 2. 1919) a navazuje styky se sovětským svazem. Velká Británie odmítá nezávislost Afghánistánu uznat a vyhláší třetí britsko-afghánskou válku. Výsledkem je, díky Británii hrozícímu povstání v Indii, mírová smlouva z roku 1919, ve které Velká Británie uznává nezávislost Afghánistánu. V roce 1923 je tzv. Velkou džirgou, shromážděním kmenových náčelníků nahrazujícím parlament, sepsána první ústava Afghánistánu. Afghánistán se tak stává konstituční monarchií se systémem vládnoucích orgánů, postavenou na demokratických svobodách pro své občany. S novou vládou přichází i celá řada reforem v sociální i hospodářské sféře. Přes veškeré dobré úmysly udělat z Afghánistánu co nejrychleji moderní zemi nejsou ale reformy širokou veřejností přijaty, protože odporují jejím islámským tradicím. Afghánská vláda je nakonec svržena.⁵⁴

V období mezi lety 1929 a 1973 se Afghánistán stává královstvím. Výkonná moc je v rukou krále, moc zákonodárnou má parlament. Dochází k pozvolnějším reformám, rozvoji průmyslu, pozvolné akumulaci národního kapitálu. Během druhé světové války si Afghánistán opět drží pozici neutrálního státu. Po druhé světové válce postupně stoupá míra ekonomické spolupráce Afghánistánu se Sovětským svazem. Spolu s ní přibývá i

⁵² MAREK, J. Afghánistán - stručná historie států, str. 24-32.

⁵³ tamtéž str. 32-35.

⁵⁴ tamtéž str. 36-43.

levicově orientované inteligence, která se dostává do konfliktu s tradicemi islámu, což spolu s neúspěšnými hospodářskými reformami vede k zániku monarchie.⁵⁵

1.6.3 Afghánistán jako republika (1973 – 1978)

V červenci 1973 je svržena monarchie a rozpuštěn parlament. Jeho místo nahrazuje pravicově smýšlející Ústřední výbor republiky, který však není dostatečně silný pro vyvedení země z hospodářské nestability. V roce 1987 dochází k ozbrojenému povstání, tzv. Dubnové revoluci, zorganizovanému Lidovou demokratickou stranou Afghánistánu. Strana přebírá moc do svých rukou, nastoluje prosovětský a poměrně krutý režim a plánuje přímý přechod od stávajícího feudalismu k socialismu. Krutovláda se setkává s odporem mírnějších levicových občanů, kteří ji za podpory Sovětského svazu svrhnou. A právě toto svržení vlády je pro Sovětský svaz skvělou záminkou pro započetí okupace na základě přátelských smluv s bývalou vládou.⁵⁶

1.6.4 Sovětská okupace

Od prosince 1978 začíná sovětská nadvláda nad Afghánistánem. Do čela země je postavena Lidová demokratická strana Afghánistánu, která se snaží postupně zlepšovat hospodářskou i sociální situaci země. Islámské obyvatelstvo hospodářské pomoci využívá, ale zároveň vede proti okupaci „bezzvěrců“ partyzánskou válku.⁵⁷ Odpor lidí k marxistické vládě se zobrazuje i v počtu emigrací ze země – podle odhadů šlo o šest milionů lidí, tedy téměř třetinu obyvatelstva. V Pákistánu vzniká v roce 1983 afghánská exilová vláda a společně s dalšími zeměmi⁵⁸ vede nevyhlášenou válku proti „lidově demokratickému“ Afghánistán. V Ženevě jsou po složitých jednáních nakonec v roce 1986 podepsány tzv. dohody o politickém urovnání situace kolem Afghánistánu, upravující vztahy mezi Sovětským svazem, Spojenými státy, Pákistánem a Afghánistánem, jejichž hlavním výsledkem byl slíbený odchod okupačních vojsk. V dubnu roku 1992 zcela padá prosovětská vláda pod nápor osvozených vojsk a hnutí. Ta však mají značně různorodé cíle a představy o nových pořádcích, takže výsledkem je pouze další boj o moc.

⁵⁵ MAREK, J. Afghánistán - stručná historie států, str. 43-53

⁵⁶ tamtéž str. 53-58.

⁵⁷ na stranu partyzánů přešlo asi 40 % armády.

⁵⁸ na stranu Afghánistánu se přidaly Spojené státy, Velká Británie, Francie, Izrael, Saudská Arábie, Egypt a Čínská lidová republika.

Válkou rozvrácený Afghánistán se snaží postupně dojít k míru. Veškeré snahy jsou ale rozdrčeny v roce 1994 radikálním sunnitským hnutím Tálibánem⁵⁹.⁶⁰

1.6.5 Nadvláda Tálibánu

Tálibán chce zavést v Afghánistánu mír a pořádek pod svým velením a ideologií a brzy se mu i podaří získat nadvládu nad téměř celým územím. V Afghánistánu je zaveden velmi krutý zpátečnický režim v duchu prvotního islámu, který zcela popírá veškerá lidská práva a často se zvrhává až k teroru. Toto jednání dostává Tálibán, a tedy i Afghánistán, do absolutní diplomatické a politické izolace. Koncem 90. let se na vládu Tálibánu napojuje Bin Ládín a al-Káida a získává si Afghánistán pro svůj boj proti západu. Po útocích v září 2001 se Ládín ukrývá právě v Afghánistánu. Spojené státy a Velká Británie ve snaze Ládína dopadnout začínají s bombardováním Afghánistánu, čehož využívají skupiny bojující proti Tálibánu a pouští se také do ofenzívy. Výsledkem je svržení Tálibánu na konci roku 2001. Protitálibánská hnutí spolu s Organizací spojených národů vytvářejí dočasnou vládu, země OSN posílají do Afghánistánu mírové jednotky.⁶¹

1.6.6 Současný Afghánistán

V letech 2002 až 2004 vládla v Afghánistánu prozatímní vláda, od roku 2004 je Afghánistán islámskou republikou se svými vlastními vládnoucími orgány.⁶² Během roku 2009 by mělo dojít k nemalým změnám na politické scéně Afghánistánu díky plánovaným prezidentským volbám. Hlavními kandidáty na post prezidenta jsou současný prezident Hamid Karzai a bývalý ministr zahraničí Dr. Abdullah Abdullah. Hladký průběh voleb však stále komplikuje bezpečnostní situace v zemi.⁶³

Současné vládnoucí orgány zastávají v Afghánistánu pouze velmi slabé postavení, díky neochotě mnohých kmenových náčelníků uznat jejich autoritu, překonat kmenové zášťe a spolupracovat na obnově společného státu. V horských oblastech se navíc nadále ukrývá velké množství tálibánských radikálů, kteří nadále ohrožují afghánské obyvatelstvo. K tomu, aby v Afghánistánu mohlo dojít k výraznějšímu zlepšení hospodářské a sociální

⁵⁹ radikální nábožensko-politická organizace založená na kombinaci radikálního islámu a paštúnského nacionalismu.

⁶⁰ MAREK, J. Afghánistán - stručná historie států, str. 59-75.

⁶¹ tamtéž str. 76-82.

⁶² Australian Government – Department of Foreign Affairs and Trade. Afghanistan Country Brief - December 2007. [online]. [cit. 2009-6-8]

http://www.dfat.gov.au/GEO/afghanistan/afghanistan_country_brief.html.

⁶³ The New York Times. Presidential election. [online]. [cit. 2009-6-8]

<http://topics.nytimes.com/top/news/international/countriesandterritories/afghanistan/index.html>.

situace, musí být země zbavena hrozby bojovníků Tálibánu a musí dojít ke kompletnímu sjednocení celé země pod jednou vládou. Do té doby není v silách současné vlády ani mezinárodních organizací provádět jakékoliv reformy.⁶⁴

⁶⁴ MAREK, J. Afghánistán - stručná historie států, str. 82-83.

2 Ekonomická charakteristika

Afghánská ekonomika je z důvodů dlouhodobých střetů a anarchie rozvrácená, neexistuje zde jednotný trh. Podle statistik Mezinárodního měnového fondu (IMF) byl HDP Afghánistánu v roce 2008 12,85 mld. dolarů, to je necelých 457 dolarů na hlavu. Platební bilance je 116 mld. dolarů, což je 90 % HDP. Už v roce 2009 se má ale platební bilance podle odhadů dostat do schodku velikosti asi 450 mld. dolarů, v následujících letech se má schodek dále prohlubovat (predikce vývoje viz Tabulka 1). Afghánská ekonomika je jednou z nejslabších na světě – přibližně 70 % lidí žije pod hranicí 2 USD na člověka na den. Afghánistán navíc čelí asi 40 % nezaměstnanosti.⁶⁵

Tabulka 1: Vývoj HDP a platební bilance 2006 – 2013 (podle IMF)

Kategorie	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
HDP (v mld. USD, souč. ceny)	7,723	9,596	12,85	15,162	17,35	19,695	22,222	25,022
HDP per capita (v USD, souč. ceny)	289,311	350,134	456,646	524,825	584,932	646,718	710,727	779,469
Platební bilance (v mld. USD, souč. ceny)	-0,379	0,081	0,116	-0,451	-0,705	-0,851	-1,053	-1,147
Platební bilance (v % HDP)	-4,909	0,84	0,903	-2,974	-4,065	-4,321	-4,738	-4,585

Zdroj: International Monetary Fund. World Economic Outlook Database. [online]. [cit. 2009-4-4]. http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2008/02/weodata/weorept.aspx?sy=2006&ey=2013&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=%2C&br=1&pr1.x=28&pr1.y=19&c=512&s=NGDP_R%2CNGDPD%2CNGDP_D%2CNGDPDPC%2CPCPI%2CLP%2CBCA%2CBCA_NGDPD&grp=0&a=#download.

2.1 Situace v jednotlivých sektorech ekonomiky

Zemědělství

Zemědělská produkce Afghánistánu tvoří 32 % HDP⁶⁶. U této hodnoty sledujeme postupný pokles - ještě před necelým desetiletím byl podíl zemědělství na tvorbě HDP 50 %. Mezi zemědělské plodiny pěstované v Afghánistánu patří především obilí, dále pak brambory, řepa, ořechy, olivy, ovoce a zelenina. Nejvíce obyvatel se však zabývá pastevectvím a chovem zvířat. Téměř polovina celého území je využívána jako trvalé pastviny. Afghánci se věnují především chovu drůbeže, ovcí, koz a dobytka. Výjimkou ale nejsou ani chovatelé oslů, koní a velbloudů. Většina pastevectví a rolnictví je však pouze samozásobitelského charakteru.⁶⁷

⁶⁵ International Monetary Fund. World Economic Outlook Database. [online]. [cit. 2009-4-4]. http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2008/02/weodata/weorept.aspx?sy=2006&ey=2013&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=%2C&br=1&pr1.x=28&pr1.y=19&c=512&s=NGDP_R%2CNGDPD%2CNGDP_D%2CNGDPDPC%2CPCPI%2CLP%2CBCA%2CBCA_NGDPD&grp=0&a=#download.

⁶⁶ International Monetary Fund. Islamic Republic of Afghanistan: Statistical Appendix. [online]. [cit. 2009-4-10]. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2008/cr0872.pdf>; str. 9; odhad k 2006/2007.

⁶⁷ tamtéž, str. 9-18.

Se zemědělstvím souvisí i jeden z charakteristických rysů a zároveň jeden z nejpodstatnějších problémů afghánské ekonomiky – obchod s drogami⁶⁸. V Afghánistánu je realizováno 93 % světové produkce opia na skoro dvou stech tisících hektarech půdy. Produkce opia má výraznou stoupající tendenci – výnosy z ní jsou totiž desetkrát vyšší než z pěstování obilí a programy na snižování produkce narkotik nejsou pro producenty drog dostatečně výhodné. Paradoxem je, že narkoobchod pomáhá řešit problémy s chudobou a nezaměstnaností – asi 14 % obyvatelstva je zainteresováno v pěstování, výrobě a obchodu s opiem, navíc obchod s drogami tvoří kolem 13 % HDP Afghánistánu.⁶⁹

Průmysl

Průmysl Afghánistánu se podílí na tvorbě 27 % HDP⁷⁰. Je v podstatě omezen pouze na zpracování zemědělských surovin. Nalezneme zde i ve skromném množství nerostnou těžbu, stavebnictví a strojírenství, lehký průmysl a průmysl dřevozpracující a papírenský. Co se typu provozoven týče, převládají zde manufakturní a řemeslné provozovny. Z důvodu nízké produktivity práce a zastaralého vybavení není většina afghánských podniků dostatečně konkurenceschopná ani na vlastním trhu, natož na trzích mezinárodních. V těžbě mají větší význam ložiska zemního plynu, rud barevných kovů a zlata. Dále se zde těží ještě sůl a polodrahokamy. Většina elektřiny je dodávána z hydroelektráren.⁷¹

Služby

Terciární sektor tvoří 38 % HDP⁷² a je v něm zaměstnáno 10 % z celkové pracovní síly Afghánistánu⁷³. Tato čísla jasně zařazují afghánskou ekonomiku mezi ty nejméně vyspělé. Navíc v posledních letech ani nedochází k žádnému zvětšení objemu a produktivity tohoto sektoru, který by mohl vypovídat o ekonomickém rozvoji ekonomiky.⁷⁴

2.2 Životní úroveň

Afghánistán patří mezi státy s nejvíce alarmující životní úrovní na Zemi.⁷⁵ K prověřené pitné vodě má přístup pouze 22 % obyvatelstva, zdravotnická zařízení využívá 30 %

⁶⁸ viz. Příloha 3: Afghánská produkce opia během let 1994-2007.

⁶⁹ United Nations, Office on Drugs and Crime. Afghanistan – Opium survey 2007. [online]. [cit. 2009-4-10] http://www.unodc.org/pdf/research/Afghanistan_Opium_Survey_2007.pdf, str. 9 a 119.

⁷⁰ International Monetary Fund. Islamic Republic of Afghanistan: Statistical Appendix, str. 9-45.

⁷¹ ŠLACHTA, M., PROCHÁZKOVÁ, P. Afghánistán, str. 7-8.

⁷² International Monetary Fund. Islamic Republic of Afghanistan: Statistical Appendix, str. 9.

⁷³ Central Intelligence Agency. The World Factbook.

⁷⁴ International Monetary Fund. Islamic Republic of Afghanistan: Statistical Appendix, str. 9.

⁷⁵ viz. Příloha 1: Ukazatele životní úrovně v Afghánistánu

Afghánců. Většina žen nemá možnost navštívit během těhotenství odborného lékaře, stejně tak nemohou родit za asistence porodníků.⁷⁶ Poskytované zdravotnické služby donedávna provozovaly pouze mezinárodní organizace. V posledních deseti letech se však situace podstatně zlepšuje. Vláda zvětšuje počet nemocnic a zdravotníků. Výrazně se tak zmenšují spádové oblasti jednotlivých zdravotnických středisek a tím je i usnadňován přístup obyvatelů ke zdravotní péči. Všechna tato zlepšení jsou však stále ještě financována zvenčí, ale i přes ně trpí mnoho obyvatel nemocemi, podvýživou a chudobou a podle odhadů je až 6,5 milionů Afghánců závislých na potravinové pomoci⁷⁷.

2.3 Měna

Oficiálním platidlem v Afghánistánu je Afghánský afghání (kód AFN). Směnný kurs se pohybuje kolem 52 AFN za 1 USD.⁷⁸ Afghání má podobu jak mincí (1, 2 a 5 AFN), tak bankovek (1, 2, 5, 10, 20, 50, 100, 500 a 1000 AFN). Na bankovkách jsou vyobrazena význačná místa a památky Afghánistánu, například Modrá mešita v Mazari Sharif, Paghmánské zahrady nebo pevnost Bala Hissar.⁷⁹

Obrázek 6: Ukázka afghánských bankovek



⁷⁶ Unicef. Afghanistan - Statistics. [online]. [cit. 2009-4-25]

http://www.unicef.org/infobycountry/afghanistan_statistics.html.

⁷⁷ BBC NEWS. Life in Afghanistan. [online]. [cit. 2009-4-24]

<http://news.bbc.co.uk/2/shared/spl/hi/guides/456900/456999/html/nn4page1.stm>.

⁷⁸ Iraqi Dinar. Exchange Rate Afghanistan Afghani. [online]. [cit. 2009-3-30]

<http://www.iraqidinar.org/Exchange-Rate-AFN.htm>.

⁷⁹ Wikipedia. Afghan afghani. [online]. [cit. 2009-4-1] http://en.wikipedia.org/wiki/Afghan_afghani.



Zdroj: Numismondo. AFGHANISTAN Paper Money. [online]. [cit. 2009-3-30]
<http://numismondo.com/pm/afg/2002/>.

2.4 Zahraniční obchod

Import

Afghánistán se řadí mezi importní země. Hodnota importu dosáhla v období 2006/2007 2 744 mil. USD. Nejvýznamnějším importním artiklem jsou strojírenské výrobky, tvořící přibližně 20 % celého importu (532 mil. USD). Mezi další důležité dovážené zboží patří spotřební zboží a léky (330 mil.), potraviny (328 mil.), kovy (274 mil.), ropa a ropné produkty (254 mil.) a tkaniny, oděvy a obuv (225 mil.). Významnější podíl na importu mají ještě stavební materiály, chemikálie, cigarety a alkohol. Hlavními importními partnery Afghánistánu jsou Čína, Japonsko a Pákistán. Každá z těchto zemí se účastní přibližně na jedné šestině celkového dovozu. Nezanedbatelná část importu pochází také z Indie a Německa.⁸⁰

Export

Vývoz dosáhl v období 2006/2007 pouze 416 mil. USD. 64 % z něj směřovalo do Pákistánu, 19 % do Indie a 1 % do Německa. Afghánistán je známý svými koberci a rukodělnou výrobou. Ty jsou také nejvýznamnějšími předměty afghánského exportu – tvoří téměř polovinu veškerého vývozu. Velký význam pro ekonomiku mají i sušené plody, vytvářející 30 % exportu země. Dalšími důležitějšími reprezentanty afghánského

⁸⁰ International Monetary Fund. Islamic Republic of Afghanistan: Statistical Appendix, str. 43-45.

vývozu jsou ještě čerstvé ovoce, kůže a kožešiny, rostliny využívané ve farmaceutickém průmyslu, osivo a vlna.⁸¹

Do hodnoty vývozu, kterou zmiňuji v minulém odstavci, není započítán neoficiální export, který je podle odhadů více než třikrát větší než export oficiální. Příčinou takto vysokých čísel je vysoká míra obchodu s drogami a pašeráctví.⁸²

Zahraniční zadlužení

Zahraniční dluh Afghánistánu dosáhl v období 2006/2007 12 044,1 USD. Věřiteli Afghánistánu jsou jak mezinárodní organizace, tak jednotlivé země. Přes 90 % veškerých dluhů leží na bedrech Ruska. Dalšími důležitými věřiteli jsou například Světová banka a Asijská rozvojová banka.⁸³ Konkrétní údaje jsou uvedeny v následující tabulce:

Tabulka 2: Zahraniční dluh (data jsou platná k období 2006/2007)

Multilaterální zadlužení	731,4
Světová banka	349,8
Asijská rozvojová banka	316,9
Saúdský fond pro rozvoj	42,9
Fond OPECu	1,9
Islámská rozvojová banka	0,1
Bilaterální zadlužení	11 312,7
Rusko	11 082,4
Spojené státy americké	116,5
Bulharsko	47,6
Saúdská Arábie	22,2
Kuvajtský rozvojový fond	19,3
Německo (resp. bývalá NDR)	15,2
Irák	9,1
Chorvatsko	0,4

Zdroj: vlastní zpracování podle International Monetary Fund. Islamic Republic of Afghanistan: Statistical Appendix., str. 46.

Členství v mezinárodních organizacích

Obchodní vztahy Afghánistánu jsou řízeny řadou mezinárodních smluv. Jsou jimi bilaterální smlouva o obchodní a ekonomické spolupráci s Ruskem a Tureckem, bilaterální smlouva o vzájemné podpoře a ochraně investic s Tureckem, bilaterální obchodní

⁸¹ International Monetary Fund. *Islamic Republic of Afghanistan: Statistical Appendix.*, str. 43-45.

⁸² tamtéž, str. 42.

⁸³ tamtéž, str. 46.

preferenční smlouva s Indií a bilaterální smlouva o investování s Německem. S Pákistánem má Afghánistán uzavřenou smlouvu o afghánském tranzitním obchodu (ATTA - Afghanistan Transit Trade Agreement). Tato smlouva, uzavřená v roce 1965, umožňuje využívat transportní možnosti Pákistánu pro přepravu zboží do a z Afghánistánu. Díky iniciativě o vstupu na trh pro nejméně rozvinuté země (Least Developed Countries Market Access Initiative) mají afghánské produkty bezcelní a kvótami neomezený přístup na kanadský trh, platí pro ně i smlouva o celním zacházení (Generalized Preferences Treatment agreement) s Japonskem. Obchod s Evropskou unií je upraven preferenční dohodou EBA (Everything but Arms), poskytující bezcelný a bezkvótní přístup dováženému zboží, s výjimkou zbraní, střeliva, čerstvých banánů, rýže a cukru. Jako jedna z LDC (least developed countries) disponuje Afghánistán oprávněním k bezcelnímu vstupu pro přibližně 5700 produktů i na americký trh díky režimu GSP (Generalized System of Preferences). Se Spojenými státy americkými má podepsán i smlouvu o investičních pobídkách (Investment Incentive Agreement), která má za úkol podněcovat a chránit investiční aktivity v Afghánistánu, a smlouvu o obchodním a investičním systému TIFA (Trade and Investment Framework Agreement).⁸⁴

Afghánistán je také členem řady mezinárodních společenství. - ADB, CAREC, CP, ECO, FAO, G-77, IAEA, IBRD, ICAO, ICCt, IDA, IDB, IFAD, IFC, IFRCs, ILO, IMF, Interpol, IOC, IOM, ISO (jako korespondent), ITSO, ITU, MIGA, NAM, OIC, OPCW, OSCE (jako partner), SAARC, SACEP, SCO (jako host), UN, UNCTAD, UNESCO, UNIDO, UNWTO, UPU, WCO, WFTU, WHO, WIPO, WMO, WTO (jako pozorovatel).⁸⁵

2.5 Potenciál afghánského trhu pro zahraniční firmy

Příležitosti na afghánském trhu

Afghánistán nabízí zahraničním firmám řadu možností, jak se zde ekonomicky realizovat. Je zde velké množství sfér trhu, které nejsou vůbec, nebo téměř vůbec, pokryty jakýmkoliv ekonomickými subjekty. Patří mezi ně infrastruktura, zavodňování, architektonické a konstrukční služby, stavebnictví, informatika a telekomunikace, vzdělávání, těžké strojírenství, překladatelské služby, tisk a vydavatelství, letecké služby, ropný průmysl, transport a v podstatě kompletní portfolio produkce spotřebního zboží.

⁸⁴ U.S. & Foreign Commercial service and U.S. Department of state. Doing Business in Afghanistan: A Country Commercial Guide for U.S. Companies. [online]. [cit. 2009-5-28] http://trade.gov/static/afghanistan_ccg_2007.pdf.

⁸⁵ Central Intelligence Agency. The World Factbook.

Výhodou pro zahraniční podniky je i řada možností čerpat finanční podporu při podnikání v těchto oborech.⁸⁶

Hrozby podnikání v Afghánistánu

Mezi nejvýraznější komplikace podnikání patří rozhodně infrastruktura, která je v katastrofálním stavu, stejně jako telekomunikace a zásobení energií. Situaci ztěžuje i velmi slabé zákonodárství týkající se podnikání a nedostatečné možnosti vynucování práva. Veškeré zákony a procedury jsou navíc velmi netransparentní. Bankovníctví je zatím ve fázi zrodu, takže není možné počítat s financováním podnikání za strany Afghánistánu. Není zde dostatek kvalifikované pracovní síly. Zemi vládne všudypřítomná korupce⁸⁷ a s ní související kriminalita, které obě výrazně brzdí rozvoj místní ekonomiky. Problémem je pochopitelně i současná bezpečnostní situace. Většina zemí světa nedoporučuje svým občanům území Afghánistánu vůbec navštěvovat.⁸⁸

Zhodnocení obtížnosti podnikání

Dle každoročního hodnocení zemí Světovou bankou podle toho, jak snadné je pro zahraniční firmy v dané zemi obchodovat, je Afghánistán až na 162. místě ze 181 zemí světa.⁸⁹ V tomto hodnocení je zohledněno trvání, obtížnost, procedury a náklady jednotlivých úkonů spojených s průběhem podnikání. Následující tabulka (Tabulka č. 3: Hodnocení obtížnosti podnikání v Afghánistánu pro zahraniční firmy) ukazuje pozici Afghánistánu vzhledem k ostatním zemím světa v jednotlivých hodnocených kategoriích.

⁸⁶ U.S. & Foreign Commercial service and U.S. Department of state. Doing Business in Afghanistan: A Country Commercial Guide for U.S. Companies.

⁸⁷ Transparency International. Corruptions Perceptions Index. [online]. [cit. 2009-4-10] http://www.transparency.org/news_room/in_focus/2008/cpi2008/cpi_2008_table. Podle Transparency International dosáhla v roce 2008 hodnota indexu vnímání korupce 1,5. Index dosahuje hodnot od 0 do 10 s tím, že 10 znamená nejnižší korupci.

⁸⁸ U.S. & Foreign Commercial service and U.S. Department of state. Doing Business in Afghanistan: A Country Commercial Guide for U.S. Companies.

⁸⁹ The World Bank & The International Finance Corporation. Doing Business 2009: Country Profile Afghanistan. 2008. [online]. [cit. 2009-5-28] <http://www.doingbusiness.org/Documents/CountryProfiles/AFG.pdf>. str. 5-50.

Tabulka 3: Hodnocení obtížnosti podnikání v Afghánistánu pro zahraniční firmy (hodnocení k roku 2008)

Kategorie	Pořadí
Zahájení podnikání	22
Získávání stavebního povolení	140
Registrace majetku	174
Zaměstnávání	30
Získávání úvěrů	178
Ochrana investorů	181
Daňové povinnosti	49
Zahraniční obchod	179
Vymáhání smluv	160
Konec podnikání	-
Celková obtížnost podnikání	162

Zdroj: vlastní vypracování podle The World Bank & The International Finance Corporation. Doing Business 2009: Country Profile Afghanistan., str. 5.

Podle Světové banky existuje v Afghánistánu jen velmi málo překážek při zahajování podnikání a získávání a zaměstnávání pracovníků. Velmi příznivá pro zahraniční subjekty je i výše daňového zatížení a i samotný průběh placení daní. V ostatních kategoriích, kterými jsou náklady a čas vynaložené na získávání pracovního povolení, registrování majetku, získávání úvěrů, ochrana investorů, obchodní aktivity vedoucí přes hranice Afghánistánu a možnost vymáhání práv podniku na základě smluv, zastává Afghánistán poslední příčky celého pořadníku. O ukončování podnikání nemá Světová banka žádné dostupné informace.⁹⁰

⁹⁰ The World Bank & The International Finance Corporation. Doing Business 2009: Country Profile Afghanistan., str. 5-50.

3 Kulturní specifika

3.1 Náboženství a jeho vliv

99 % Afghánců vyznává islám⁹¹. Z toho se 84 % hlásí k sunnitské větvi a 15 % k větvi šíitské.⁹² Islám je monoteistické náboženství založené na učení proroka Mohammeda. Vznikl v 7. století našeho letopočtu. Je tedy nejmladším ze světových náboženství. Zároveň je ale i hned po křesťanství druhou nejrozšířenější věroukou – počet muslimů je odhadován na 1-1.8 miliard lidí⁹³.⁹⁴ Přes to, že jsou muslimové rozšíření po celé Zemi, setkáváme se u nich s velmi podobným životním stylem a hodnotovou orientací. Významnou součástí islámu je totiž i důsledně propracovaný právní systém a soubor kulturních vzorů, které jsou všem muslimům společné.⁹⁵

3.1.1 Vznik a rozdělení islámu

Podle muslimů vznikl islám se vznikem lidského vědomí, tedy se stvořením Adama. Definitivní prorockou zvěst, která sjednotila a dovršila vznik islámu, přinesl prorok Mohammed. Mohammed se narodil roku 570 n. l. Pocházel z kmene Kurajšovců, jednoho z nejmocnějších a nejvýznamnějších kmenů v Mekce. Povoláním byl obchodník, proto hodně cestoval a při svých cestách se setkal s židovstvím a křesťanstvím. V jeho čtyřiceti letech se mu poprvé zjevil archanděl Gabriel, seslaný od Boha, aby mu sdělil zvěst islámu. Tato zjevení pokračovala až do Mohammedovy smrti a dohromady vytvořila Korán, svatou knihu muslimů. Mohammed se po prvním zjevení rozhodl stát Božím prorokem, rozšiřovat poselství islámu a získat co nejvíc stoupenců. Velká část jeho kmene to však považovala za hrozbu dosavadním pohanským kultům a společenským zvyklostem. Mohammed a jeho přívrženci tedy odešli roku 622 z Mekky do Mediny. Tento odchod je nazýván *hidžra* a stal se okamžikem počátku muslimského letopočtu. V Medině vznikla pod vedením Mohammeda první islámská obec, která se začala velmi rychle rozšiřovat po tehdejším arabském světě. V roce 632 Mohammed zemřel a jeho přívrženci mu začali hledat nástupce.⁹⁶ V této době dochází k rozdělení islámu na dvě základní větve – sunnitskou a šíitskou. Sunnité se rozhodli Mohammedova nástupce volit, podle šíitů směl být

⁹¹ Zbýlé 1 % obyvatel jsou hinduisté, sikhové a zoroastrovci.

⁹² MAREK, J. Afghánistán – stručná historie států, str. 106.

⁹³ viz. Příloha 2: Rozšíření islámu.

⁹⁴ Wikipedia. Islam. [online]. [cit. 2009-4-24] <http://en.wikipedia.org/wiki/Islam#Demographics>.

⁹⁵ VONDRA, A. a kol. Islám a jeho svět, str. 11.

⁹⁶ CHAJRÍ Š. F. Islám, str. 15-35.

následovníkem pouze Mohammedův příbuzný. Sunnitská větev je nyní tvořena asi 90 % všech muslimů. Kromě Koránu uznávají jako základní pramen islámu i sunnu. Šíité tvoří zbylých 10 %. Na rozdíl od sunnitů uznávají jako pramen víry pouze Korán. Žijí především v Íránu, Iráku, Ománu, Kataru, Bahrajnu, Libanonu a Afghánistánu.⁹⁷

3.1.2 Prameny islámu

Hlavním pramenem islámu je **Korán**, svaté písmo všech muslimů. Tato kniha je sbírkou Mohammedových textů. Je rozdělena na 114 kapitol, tzv. *súr*, seřazených od nejkratší po nejdelší. Korán je sepsán v arabštině, v textu se však objevují i perská, řecká, syrská a hebrejská slova a slova, která si Mohammed sám vymyslel. Styl Koránu není jednotný, protože vznikl postupně a pod rukou více písařů. Ale proto, že jde o dílo určené především pro vyprávění a poslech, je Korán převážně dílem rétorickým, sepsaným v rýmované próze. Korán smí být překládán, ale za autentickou verzi je považována pouze ta původní arabská.⁹⁸

Další svatou knihou islámu, uznávanou ale pouze sunnity, je **sunna**. Slovo *sunna* bývá překládáno jako prorocká tradice. Někdy je také nahrazováno slovem *hadísy*. Je to šest sbírek obsahujících Mohammedovy výroky, učení a zprávy o jeho činech. Tyto sbírky byly sepsány až po Mohammedově smrti a slouží především k vysvětlování nejasných částí Koránu.⁹⁹

Kromě Koránu a sunny uznávají muslimové jako důležitý zdroj informací i biblický **Starý zákon**, který vypráví o životě a poselstvích řady proroků, které islám považuje za proroky své víry.

Podstatným muslimským pramenem je i **šaría**, to jsou Bohem stanovená pravidla, která mají muslimové dodržovat. Šaría nemá podobu jednotného kodifikovaného zákoníku. Existuje několik jejích verzí založených na islámských náboženských textech vysvětlovaných různými právníckými školami. Šaría se zabývá běžnými záležitostmi života, politikou, ekonomikou, bankovníctvím, obchodem, smlouvami, rodinou a rodinnými vztahy, sexualitou, hygienou i sociálními aspekty života muslima.¹⁰⁰

⁹⁷ Wikipedia. Islam.

⁹⁸ Korán. 6. vyd. Praha: Odeon 1991. ISBN 80-207-0444-2, str. 44-63.

⁹⁹ Wikipedie. Sunna. [online]. [cit. 2009-4-27] <http://cs.wikipedia.org/wiki/Sunna>.

¹⁰⁰ POTMĚŠIL, J. Islámské právo šarí'a. Britské listy [online]. [cit. 2009-4-27] <http://www.blisty.cz/art/38111.html>.

3.1.3 Základní principy islámu

Základem islámu je fakt, že existuje jeden všeobjímající Bůh. Cílem těch, které stvořil, je ho poznat. A pokud člověk nesměřuje k tomuto poznání, nemá jeho existence smysl.¹⁰¹ Dalším článkem víry je víra v proroky. Ti jsou vybíráni Bohem, aby sdělovali lidem Jeho vůli. Patří mezi ně například Adam, Mojžíš nebo Ježíš¹⁰². Muslimové věří v anděly a andělský svět. Andělé se zjevují lidem, aby jim předali zprávy od Boha, a v okamžiku smrti odvádí duši člověka do Nebe.¹⁰³ Dalšími stavebními kameny islámu jsou víra v seslané knihy, víra v soudný den a víra v Osud.¹⁰⁴

Pět pilířů islámu

Islám stojí na pěti pilířích - vnějších projevech víry. Prvním z nich je **šaháda, vyznání víry**. Jde o vyznání víry, znějící „*lá iláha illá 'lláh wa Muhammadan rasúlu 'lláh*“, což znamená „není boha kromě Boha a Mohammed je posel Boží“. Vypovídá o tom, že každá situace pochází od Boha, Bůh člověka vede, dává mu poznání a vědění a poskytuje ochranu. Toto vyznání se má stát hlavním středobodem života a víry každého muslima.¹⁰⁵

Druhým základním kamenem vyznávání islámu je **salát, modlitba**, akt chvály Boha. Muslim se má modlit pětkrát denně – za úsvitu, v poledne, odpoledne, při západu slunce a v noci. Přičemž páteční polední modlitba je považována za modlitbu hlavní. Modlitbě předchází obřadné *wudú*, omývání, symbolizující očištění. Korán doporučuje muslimům modlit se pod širým nebem, směrem ke Ka'bě v Mekce, společně s dalšími muslimy. Samotná modlitba je prováděna ve třech různých polohách – stání, sklonění a padnutí na tvář – které jsou seřazeny v přesně daném pořadí. *Salát* poskytuje muslimům očištění a obnovu, spojuje je všechny nezávisle na jejich bohatství, moci, nebo místě, kde se zrovna nacházejí.¹⁰⁶

Třetím pilířem islámu je **sawm, půst**. Probíhá během měsíce *ramadánu*, vždy od úsvitu do západu slunce. Během této doby má muslim dodržovat zdrženlivost co se týče jídla, pití, pohlavního styku a jakéhokoli jiného smyslového rozrušování. Dalšími požadavky jsou

¹⁰¹ CHAJRÍ Š. F. Islám, str. 61.

¹⁰² Podle muslimů si křesťané špatně vyložili poslání Ježíše. Má být pouze prorokem, ne Synem Božím.

¹⁰³ NASR, S. H. Islam – Religion, History and Civilization. [pdf], Adobe Acrobat eBook Reader 2007. ISBN 978-0-06-155642-5, str. 62-65.

¹⁰⁴ Wikipedie. Islám. [online]. [cit. 2009-4-27] <http://cs.wikipedia.org/wiki/Isl%C3%A1m>.

¹⁰⁵ CHAJRÍ Š. F. Islám, str. 60-64.

¹⁰⁶ tamtéž str. 64-66.

zákaz vytváření pomluv a i jejich poslouchání a zákaz hněvu a dalších neřestí. Půst má vést k větší bdělosti a citlivosti k sobě i okolí.¹⁰⁷

Muslimové dodržují také **zakát, dobročinnost**. Dobročinnost a poskytování almužny jsou povinností každého muslima. *Zakát* byl původně tvořen určitým množstvím některých surovin a zboží, které muslim získal. V současnosti tvoří povinný *zakát* 2,5 % příjmu. Tato almužna je určena chudým a potřebným. Muslim ji může předat buď přímo někomu takovému, nebo ho odvede muslimskému duchovnímu, který s ním pak naloží podle svého nejlepšího svědomí. Kromě povinného *zakátu* je muslim veden i k dalším nepovinným skutkům dobročinnosti.¹⁰⁸

Pátým pilířem víry je **hadždž, pouť**. Každý muslim má povinnost vykonat alespoň jednou za život pouť do Mekky. Tato pouť má dvě části. Jedna (*umra*) se může vykonat kdykoliv během roku, druhou (*hadždž*) lze vykonat pouze mezi sedmým a desátým dnem měsíce *dhú-l-hidždža*. Skládá se z mnoha rituálních úkonů jako například očisty, oblékání poutního šatu, obcházení Ka'by, běh mezi pahorky Safá a Marwa, kamenování satana, obětování zvířete apod.¹⁰⁹

Další náboženskou povinností muslima je neustále konat co největší dobro a odsuzovat zlo, touha usilovat o dobro a bojovat za ně. Tento poslední úkon je nazýván *džihád*. Je rozdělen na větší *džihád*, namířený proti sobectví a nízkým sklonům v člověku (jako je chtivost, lakota, chlípnost apod.) a menší *džihád*, zaměřující se na úsilí ve vztazích s okolím člověka – na pomoc druhým, zlepšování sociálních podmínek, nebo vystavení vlastního života v ohrožení, vyžadují-li to okolnosti.¹¹⁰

3.1.4 Hodnotové orientace muslimů

Život a smrt

Život nevzniká náhodně, je darem od Boha. Je považován za přechodné období, které připravuje člověka na posmrtný život. Během něj se má člověk z tohoto daru těšit a konat co největší dobro. Po stanovené době člověk zemře a bude ho čekat posmrtný život. Islám

¹⁰⁷ CHAJRÍ Š. F. Islám, str. 66-67.

¹⁰⁸ tamtéž str. 67-69.

¹⁰⁹ tamtéž str. 69-71.

¹¹⁰ tamtéž str. 71-73.

zakazuje sebevraždu, a sebepoškozování. Pokud má dojít k potrestání zločince popravou, musí to být v souladu s Božím zákonem.¹¹¹

Posmrtný život

Muslimové věří v posmrtný život, který bude probíhat buď v nebi, nebo v pekle. To závisí na jejich chování během pozemského života a na Božím milosrdenství. Život je pro muslima přípravou na setkání s Bohem.¹¹²

Rovnost lidstva

Před Bohem jsou si podle islámu všichni lidé rovni. Bůh si nevyčleňuje žádné náboženství, žádný konkrétní národ, není pro něj rozdíl v barvě pleti, rase, bohatství nebo společenském postavení. Pro muslimy neexistují pojmy jako vyvolený národ, privilegované a zavržené rasy, společenské kasty nebo druhořadí občané.¹¹³

Svoboda

Svoboda je přirozeným právem člověka, stejně posvátným jako právo na život. Vychází z toho, že člověk byl obdarován rozumovými vlastnostmi, díky kterým za sebe může rozhodovat a za tato rozhodnutí nést zodpovědnost.¹¹⁴

Morálka

Bůh od člověka nevyžaduje ani neočekává nemožné, zná jeho schopnosti. Nezakazuje mu se těšit ze životních radostí. Zárukou zdravé morálky je umírněnost a rovnováha. Jsou povoleny v podstatě všechny věci s výjimkou těch, které jsou označené za povinné a musí se dodržovat, a těch, které jsou zakázané.¹¹⁵

Muž a žena

Podle islámu všichni lidé, muži i ženy, pocházejí z jednoho složení a mají nesmrtelnou duši. Jsou obdařeni stejnými duševními a tělesnými schopnostmi. Jsou zodpovědní za svoje činy a po smrti za ně budou souzeni. Pohlaví mezi sebou nemají konkurenční vztah, ale vzájemně se doplňují na základě své přirozenosti a biologické odlišnosti.¹¹⁶

¹¹¹ Islamweb.cz. Pojem život. [online]. [cit. 2009-4-30] <http://www.muslim.cz/informace/zivot.htm>.

¹¹² NASR, S. H. Islam – Religion, History and Civilization, str. 72-74.

¹¹³ Islamweb.cz. Pojem rovnost. [online]. [cit. 2009-4-27] <http://www.muslim.cz/informace/rovnost.htm>.

¹¹⁴ Islamweb.cz. Pojem svoboda. [online]. [cit. 2009-4-30] <http://www.muslim.cz/informace/svoboda.htm>.

¹¹⁵ Islamweb.cz. Pojem morálka. [online]. [cit. 2009-4-27] <http://www.muslim.cz/informace/moralka.htm>.

¹¹⁶ NASR, S. H. Islam – Religion, History and Civilization, str. 67-70.

Vztah k přírodě a životnímu okolí

Příroda byla člověku dána od Boha, aby jí mohl využívat a přetvářet. Muslim si nevytváří žádnou citovou vazbu k přírodě, je to pro něj pouze prostředek k jeho užitku.¹¹⁷

Vztah k politickým institucím

Islám neodděluje politiku od náboženství. Už Mohammed byl jak náboženským, tak politickým vůdcem. Muslimové věří v naprostou nadvládu Božího zákona, který stojí nad všemi politickými institucemi a organizacemi.¹¹⁸

Lidské ctnosti

Lidské ctnosti vycházejí z touhy muslimů přiblížit se co nejvíce Božím vlastnostem. Mezi nejdůležitější lidské ctnosti patří trpělivost. Být trpělivý znamená dokázat se ovládnout a kontrolovat. Další ctností je skromnost viděná v schopnosti nemyslet jen na sebe, připustit pravdu druhého člověka nebo v odstoupení od majetnických sklonů. Člověk by měl být také velkorysý, odvážný, pohostinný, soucitný, milosrdný, měl by mít smysl pro sociální zodpovědnost a měl by bojovat za spravedlnost.¹¹⁹

Koncept hanba - čest

Čest muslima vypovídá o jeho hodnotě a reputaci, a stejně tak i o reputaci jeho rodiny. Otázka cti značně ovlivňuje chování spojené především se sociálními vztahy, vzděláním, ekonomickou činností, stylem oblékání a ochrannou žen. Zodpovědnost za ochranu rodinné cti nese hlava rodiny. Je-li čest jedince kompromitována, je zostuzen a musí najít cestu, jak takové zostuzení pomstít, aby sebe a svojí rodinu očistil.¹²⁰

3.2 Interpersonální vztahy

Afghánci kladou, stejně jako ostatní muslimové, velký důraz na mezilidské vztahy. To se projevuje především v jejich pojetí rodiny. Zajímavá je i jejich odlišnost v pojetí vztahu mezi muži a ženami nebo v pohledu na manželství. Velký význam co se týče interpersonálních vztahů, má pohostinnost a schopnost postarat se o hosty.

¹¹⁷ LEHMANNOVÁ, Z. a kol. Kulturní pluralita v současném světě. 1. vyd., Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze 2000. ISBN 80-245-0073-6, str. 78.

¹¹⁸ NASR, S. H. Islam – Religion, History and Civilization, str. 110-113.

¹¹⁹ LEHMANNOVÁ, Z. a kol. Kulturní pluralita v současném světě, str. 80-82.

¹²⁰ Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette. [online]. [cit. 2009-4-18] <http://www.kwintessential.co.uk/resources/global-etiquette/afghanistan.html>.

3.2.1 Rodina

Rodina je základní a nejdůležitější stavební jednotkou afghánské kultury. Stejně jako u ostatního muslimského světa je rodina posvátná a chráněná. Na venkově žijí rodiny tradičně pohromadě v tzv. *kale*, tedy jednom ohrazeném prostoru, pod jednou střechou¹²¹. Ve městech se význam rodiny a jejího propojení oproti venkovu trochu stírá.¹²²

Každý člen rodiny je již podle pravidel Koránu zavázán zaopatřováním rodiny, její ochranou, zabezpečením starých a nemocných příbuzných, výchovou mladé generace a pokračováním rodu a existence rodiny.¹²³ Díky tomu nemusí existovat v Afghánistánu sociální systém, protože pospolu držící rodiny jsou schopny přestát i bez něj.¹²⁴

Rodina obvykle domlouvá sňatek svých dětí. Hlavními faktory pro rozhodování o partnerech pro děti je příslušnost k rodovému klanu. Ty jsou hodnoceny podle společenského statusu a velikosti sociální sítě a bohatství. Pokud se syn ožení, přivede s sebou do *kaly* svojí ženu.¹²⁵ Před svatbou však musí jejím rodičům zaplatit věno, předem domluvenou částku, závislou na postavení a bohatství její rodiny. Tato částka se pohybuje v průměru kolem 2 000-5 000 dolarů. Z toho důvodu se muži žení až tak po dvacátém třetím roce života, kdy už jsou schopní si na věno našetřit. Dívky jsou vdávány obvykle od svých sedmnácti let. Výjimkou ale nejsou ani mladší nevěsty. V Afghánistánu je stejně jako v jiných muslimských zemích povolena polygamie. Může k ní ale dojít pouze v případech, že muž je schopen se ve všech směrech postarat o své ženy a jejich potomky.¹²⁶

Manželství je považováno za náboženskou ctnost a společenskou a morální povinnost. Život většiny muslimů směřuje právě ke sňatku a založení rodiny. Na manželství je pohlíženo jako na vážný a trvalý svazek. Islám ovšem dovoluje i rozvod, pokud k němu dojde z dostatečně závažných důvodů a dbá na zabezpečení rozvedené ženy.¹²⁷

Role muže a ženy v rodině je naprosto odlišná, definovaná tradicemi a náboženstvím. Muž je ochránce a živitel rodiny. Zastupuje rodinu v politických, náboženských a

¹²¹ Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

¹²² informace z interview.

¹²³ Islamweb.cz. Rodinný život. [online]. [cit. 2009-4-27]

<http://www.islamweb.cz/elknihovna/zni/rodinny.htmot>.

¹²⁴ informace z interview.

¹²⁵ Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

¹²⁶ informace z interview.

¹²⁷ Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

ekonomických stránkách života. Žena je zodpovědná za výchovu dětí, domácnost a domácí povinnosti.¹²⁸

3.2.2 Vztah mezi pohlavími

Vztah mezi pohlavími má dvě různé podoby. Na veřejnosti stojí muž vždy nad ženou. Žena je na veřejnosti skromná, cudná, nesmí dát najevo žádnou panovačnost a především jakoukoliv převahu nad mužem. Styk a komunikace mezi mužem a ženou na veřejnosti se navíc řídí řadou společenských pravidel.¹²⁹ To, co se děje za dveřmi afghánských domácností se naopak nijak neodlišuje od našich zvyklostí. Nalezneme zde rodiny, kde je hlavou muž, stejně jako rodiny, kde panuje žena a muž je takříkajíc „pod pantoflem“.¹³⁰

3.2.3 Hosté

Pohostinnost je jedna z ctností stojících na vrcholu pomyslného žebříčku základních hodnot afghánské kultury. Vychází z představy, že Alláh je neskutečně milosrdný a obdarovává lidi svými dary a muslimové se chtějí této představě co nejvíce přiblížit. Otevřené projevy velkorysosti a pohostinnosti vypovídají o dobrém charakteru a cti člověka. Proto pokud je v Afghánistánu návštěvník pozván do domu, dostane se mu toho nejlepšího, co daná rodina má.¹³¹ Odmítnutí pozvání je urážkou hostitelovy cti. Hostitel se nikdy neptá na důvod hostovy návštěvy. Musí počkat, dokud se host nerozhodne mu to sdělit. Nespolečenské je se i zeptat, jak dlouho plánuje host zůstat nebo kdy odchází.¹³²

3.2.4 Vztah k autoritám

Afghánská společnost velmi ctí autority a preferuje velkou vzdálenost moci. Nerovnost je považována za přirozenou. Platí, že čím je člověk starší, tím větší má autoritu a s o to větší úctou s ním jedná jeho okolí. Velmi výraznou autoritu mají v rámci svých rodin rodiče, prarodiče, případně ještě starší příbuzní. Pokud je člověk v přítomnosti autority, musí se řídit podle speciálních pravidel pro jednání s nimi. Nesmí je například přerušovat nebo přerušovat v hovoru.¹³³

¹²⁸ Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

¹²⁹ viz. kapitola 2.3.6 Pravidla komunikace mezi muži a ženami.

¹³⁰ informace z interview.

¹³¹ Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

¹³² Etiquette in Afghanistan.

¹³³ Culture crossing. Afghanistan. [online]. [cit. 2009-4-16]

http://www.culturecrossing.net/basics_business_student_details.php?Id=7&CID=1.

3.2.5 Děti v Afghánistánu

Pro Afghánce je jedním z nejdůležitějších životních posláních založit rodinu, mít hodně dětí a ty dobře vychovat. V Afghánistánu neexistují jesle a školky. Ty zde více než dobře nahrazuje rodina díky tomu, že většina žen nepracuje a stará se o domácnost, ve které navíc díky její velikosti vyrůstá pospolu vždy větší množství dětí. Se sedmým rokem života dětí přichází povinná osmiletá školní docházka. Mnoho dětí se jí však nezúčastní, protože musí pomáhat řešit ekonomickou situaci rodiny. Získávají finanční prostředky rodině prací v autoopravnách, sběrem a tříděním odpadů, tkaním koberců nebo prací poslíčků. Na venkově děti pracují na poli nebo jako pasáči.¹³⁴

3.3 Normy společenského chování

Pravidla zdvořilého chování jsou v Afghánistánu nazývána *ādāb-e moʿāšarat* (tzn. společenské způsoby). Neexistuje zde však žádný jednotný seznam těchto pravidel, žádný průvodce etiketou. Jde pouze o zvyky a tradice předávané staršími generacemi na mladší. Přesto je však chování podle těchto zvyklostí velmi přísně sledováno a má velký vliv na postavení člověka a jeho rodiny ve společnosti. Pokud člověk dodržuje tato nepsaná pravidla zdvořilosti, získává respekt a vyšší společenský status. Naopak nedodržováním se člověk diskredituje a tím ztrácí on i jeho rodina dobrou reputaci. Přes to, že neexistuje žádný konkrétní seznam pravidel společenského chování, objevujeme v Afghánistánu některé vzorce společenského chování dodržované napříč celou zemí a všemi sociálními skupinami.¹³⁵

3.3.1 Zdravení

Nejčastější formou pozdravu mezi muži je potřesení rukou. Další variantou je položení rukou na srdce a jemné přikývnutí. Mezi blízkými přáteli a příbuznými se používá objetí spojené s poklepáním po zádech, výjimečně i polibky na tvář. Tímto způsobem se jinak obvykle zdraví ženy mezi sebou. Počet těchto polibků se různí – nejčastěji jde o dva nebo čtyři polibky, je možné se však setkat i s osmi nebo pouze jedním. Pravidlem vždy je, že se začíná na levé tváři. Při prvním setkání používají i ženy potřesení rukou. Při setkání muže a ženy dochází většinou pouze k verbálnímu pozdravu. Chce-li žena podat muži ruku,

¹³⁴ informace z interview.

¹³⁵ Encyklopaedia Iranica. Etiquette in Afghanistan. [online]. [cit. 2009-4-26] <http://www.iranica.com/newsite/index.isc?Article=http://www.iranica.com/newsite/articles/unicode/v9f1/v9f105.html>.

může tak učinit, ačkoliv v jiném případě není ženám dovoleno se na veřejnosti mužů jakkoliv dotýkat.¹³⁶

I samotné pozdravy mají svá pravidla a ustálené formy. Nejčastěji používanou formulí je arabské „*al-salām ´alaykom*“ (tzn. „mír s Tebou“), na které se odpovídá „*wa ´alaykom al-salām*“ („i s Tebou“). Mezi další běžně používané pozdravy patří perské „*mānda nabāšī*“ („ať nejsi znaven“), po čemž následuje odpověď „*zenda bāšī*“ („necht' zůstaneš živ“) nebo paštúnské „*stal'ay mašī*“ („ať nejsi znaven“) s odpovědí „*k'ār mašī*“ („ať nezchudneš“) nebo „*kayr owsay*“ („ať se Ti dobře daří“). Po přivítání následuje zdvořilé optání na zdraví, obchody a rodinu.¹³⁷

3.3.2 Verbální komunikace a vyjadřování

Afghánci jsou zvyklí se vyjadřovat nepřímě. Při komunikaci používají často metaforu a různé i neverbální narážky, které zaobalují skutečné sdělení. Toto nepřímé vyjadřování vychází z principu „zachování tváře“. U nepřímých sdělení totiž hrozí menší riziko pošpinění cti druhého člověka. Stejně jako v jiných muslimských zemích, je i v Afghánistánu považováno přímé odmítnutí za nezdvořilost, mnohdy i přímo za urážku.

¹³⁸

Protože je čest mnohem důležitější než poctivost, má v komunikaci Afghánců poměrně značný význam i lež. Lživé vyjádření se používá jako obrana před zostuzením, nebo třeba aby se ten, komu je určeno, cítil dobře. Není nezvyklé říkat člověku to, co chce slyšet, jen za účelem jeho potěšení, i když je tato výpověď od mluvčího zcela neupřímná.¹³⁹

3.3.3 Oční kontakt

S přímým očním kontaktem, na který jsme zvyklí v naší kultuře, se v Afghánistánu setkáváme pouze u osob stejného pohlaví a postavení. Pokud spolu komunikují osoby jiného pohlaví, nebo lidé v různém společenském postavení, dochází mezi nimi pouze k občasným letmým pohledům do očí. Ženy se často očnímu kontaktu s mužem zcela vyhýbají.¹⁴⁰

¹³⁶ Culture crossing. Afghanistan.

¹³⁷ tamtéž.

¹³⁸ informace z interview.

¹³⁹ Culture crossing. Afghanistan.

¹⁴⁰ informace z interview.

3.3.4 Gesta

Pokud na něco ukazují, používají Afghánci vztyčeného ukazováčku. Zaháknutí ukazováčku o ukazováček znamená ujednání, potvrzení vzájemné dohody. Zdvihnutý palec říká „dobře“, „ano“, „hodně štěstí“, „děkuji“, „souhlasím“, nebo „jsi skvělý“. Při pozdravu, jídle, obdarovávání nebo přijímání darů se používá výhradně pravá ruka. Levá ruka je považována za nečistou.¹⁴¹

3.3.5 Osobní prostor a fyzický kontakt během komunikace

Velikost interpersonální vzdálenosti se liší podle toho, kdo spolu mluví. Hovoří-li spolu osoby opačného pohlaví, stojí od sebe aspoň na vzdálenost délky paže. Jakýkoliv fyzický kontakt mezi muži a ženami na veřejnosti je téměř vždy nepřístojný. Pokud jde o rozhovor osob stejného pohlaví, je vzdálenost mezi nimi rozhodně kratší. Muži se během rozhovoru mnohdy drží za ruce, nebo objímají pažemi. Během rozhovoru v rámci rodiny dochází k častému fyzickému kontaktu, např. poklepávání po ramenou nebo zádech, poukazujícimu na blízkost hovořících.¹⁴²

3.3.6 Pravidla komunikace mezi muži a ženami

Muži a ženy se zcela bez omezení můžou setkávat pouze uvnitř rodiny. Na profesní úrovni, jako například v obchodě nebo na univerzitách, můžou být spolupracovníky, nicméně musí dbát na zvýšenou opatrnost ohledně cti opačného pohlaví. Například žena a muž by nikdy neměli zůstat o samotě v jedné místnosti. Pokud se takové situaci nelze vyhnout, je řešením ujistit se, že jsou otevřené dveře. Stejně tak nesmí dojít za žádných okolností k fyzickému kontaktu mezi mužem a ženou. Žena by se měla zcela vyhýbat pohledu do očí mužů, a když jde po ulici, měla by hledět k zemi, aby tím dala najevo, že jde o řádnou ženu s čistou reputací.¹⁴³

Ženy-cizinky, které jsou na území Afghánistánu, jsou povinny znát společenská pravidla určená pro ženy a chovat se podle nich. Cizinci by měli dbát na to, že je nepatřičné mluvit na neznámou ženu. Stejně tak není vhodné ptát se mužů na jejich ženy nebo jiné příbuzné ženského pohlaví.¹⁴⁴

¹⁴¹ Culture crossing. Afghanistan.

¹⁴² Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

¹⁴³ tamtéž.

¹⁴⁴ tamtéž.

3.3.7 Zákazy a tabu

Nohy od kotníků dolů jsou považovány za podřadnou část těla. Proto je zcela zakázané dotknout se jiné osoby třeba prsty u nohou nebo patou. Stejně tak není dovoleno ukazovat šlapky nohou ani pohybovat nohami nějakým předmětem. Je zakázáno dávat na veřejnosti najevo city mezi mužem a ženou. Na veřejnosti se nesmí ani zvyšovat hlas, křičet, nahlas se smát nebo naznačovat jiné osobě ať přijde blíž máváním rukama. Nepřípustná je i sprostá mluva, žertování a zpívání během jídla, přerušování cizí konverzace nebo vyrušování druhých během modlitby nebo práce. Afghánec se nikdy nesmí postavit nebo přecházet před modlícím se člověkem. Zákaz platí i pro kouření ve veřejné dopravě. Dokonce se nesmí bez optání kouřit ve společnosti společensky starší osoby a nikdy není možné odmítnout pomoc příbuznému.¹⁴⁵

Mezi společenská tabu patří alkohol, incest, nemanželský sexuální styk nebo homosexualita. Neznamená to, že by tyto věci v Afghánistánu neexistovaly, pouze se o nich nemluví. Například alkohol sice není k dostání v obchodech, ale je možné ho získat na černém trhu. Jeho konzumace pak ale probíhá naprosto v tajnosti. Stejně tak je možné nalézt v Afghánistánu i třeba nevěstince, ač jich rozhodně není nijak velké množství.¹⁴⁶

Cizinci nebývají napomínáni, pokud tato pravidla nedodrží nebo poruší tabu. Většinou jim však takové jednání sníží uznání a tím velmi zkomplikuje jejich komunikaci s Afghánci.¹⁴⁷

3.4 Význam času

Čas je v Afghánistánu vnímán jako velmi flexibilní jednotka. Afghánci kladou důraz na své okolí a vztahy, takže dodržování konečných termínů a naplánovaných programů pro ně nemá takový význam. Ve významnějších firmách a firmách obchodujících se zahraničím jsou většinou termíny a počátky jednání více méně dodržovány, v jiných případech je lepší dochvilnost neočekávat.¹⁴⁸

3.4.1 Kalendář

V Afghánistánu vedle sebe fungují dva kalendáře – světský a náboženský. **Světský kalendář**, tzv. islámský kalendář sluneční hidžry (*hidžrí šansi*), zde byl zaveden v roce 1911. Jde o islámský kalendář, jeho letopočet se počítá od Mohammedova útěku z Mekky

¹⁴⁵ Encyklopaedia Iranica. Etiquette in Afghanistan.

¹⁴⁶ informace z interview.

¹⁴⁷ Encyklopaedia Iranica. Etiquette in Afghanistan.

¹⁴⁸ informace z dotazování.

do Medíny, tedy od našeho roku 622. Rok začíná 21. března, v den jarní rovnodennosti. Má dvanáct měsíců, pojmenovaných podle souhvězdí zvěrokruhu. Měsíce mají 29 až 31 dní, systém přestupných let je značně odlišný od toho našeho. Podle tohoto kalendáře je v roce 2009 v Afghánistánu do 21. března rok 1387, po 21. březnu rok 1388.

Druhým kalendářem je **kalendář náboženský**, lunární. Je používán pro náboženské a kultovní účely. Počítá se taky od Mohammedova vystěhování. Jednotlivé měsíce však mají pouze, 29 nebo 30 dní, což je o 11 dní za rok méně, než u kalendáře slunečního. Díky tomuto zkrácení projde každý měsíc během periody 33 let všemi ročními obdobími. Podle tohoto kalendáře je nyní rok 1430.¹⁴⁹

Státní a náboženské svátky¹⁵⁰

Afghánské světské svátky nalezneme ve slunečním kalendáři, jsou tedy pevně svázané s určitými daty. Patří sem:

- 21.3. Afghánský Nový rok
- 1.5. Mezinárodní den práce
- 19.8. Den nezávislosti
- 8.9. Mezinárodní den boje proti negramotnosti
- 24.10. Den OSN

Na rozdíl od světských svátků jsou svátky náboženské spojené s určitými dny v daných měsících, jejich data se tedy rok od roku mění. Tyto náboženské svátky jsou v Afghánistánu dny pracovního klidu. Jde o:

- desátý den prvního měsíce – poslední den desetidenního smutku na památku smrti imámů Hasana a Hosejna v bitvě u Karbaty; v tento den probíhají pašijové hry a poutě sebetrýznících se fanatiků
- dvanáctý den třetího měsíce – narozeniny proroka Muhammeda
- první den devátého měsíce – začátek půstu
- první dva dny desátého měsíce – svátky ukončení měsíčního půstu, bývají připodobňovány našim Vánocům – Afghánci se oblékají do slavnostních oděvů a dávají si dárky

¹⁴⁹ MAREK, J. Afghánistán – stručná historie států, str. 110-111.

¹⁵⁰ tamtéž.

- devátý až jedenáctý den dvanáctého měsíce – tzv. velký svátek; na památku Abrahamova obětování Ismaela bohatší rodiny podříznu ovci nebo krávu a její maso dávají chudým

3.4.2 Volný čas

Svůj volný čas a svátky tráví Afghánci především v rodinném kruhu nebo s přáteli. Často vyráží během víkendů – tzn. v pátek – na pikniky do přírody. Ty nebývají spojeny, jak jsme zvyklí ze západní kultury, s žádnými výlety. Je to pouze společné rodinné jídlo podávané v přírodě. Afghánci se rádi věnují sportům, nejoblíbenější je volejbal. Nejpopulárnější zábavou je ale v současnosti sledování televize.¹⁵¹

3.5 Odívání

Základní pravidla odívání Afghánců vychází z islámu. Ten bere v oblasti oblečení a zdobení vážně v potaz zásady slušnosti, skromnosti a cudnosti. Jsou zakázány materiály, šperky a oděvy vzbuzující marnivost a oslabující mravnost člověka. Muži nesmí nosit některé látky, jako například čisté hedvábí, nebo zlato a některé drahé kameny, protože by to mohlo ohrozit jejich mužnost. Naopak ženám jsou tyto ozdoby dovoleny, pokud jich užívají s mírou.¹⁵²

Odění Afghánců závisí také na jejich příslušnosti k etniku a jejich sociálním postavení. Všeobecně ale můžeme říct, že muži nosí většinou dlouhé košile, a volné kalhoty, což je v teplém podnebí Afghánistánu velmi příjemný a praktický oděv. Přes něj mívají přehozené různé vesty nebo kožichy. Muži mají často i pokrývku hlavy. Bývají to klobouky, čepice nebo turbany, které nosí především během modliteb, různých ceremoniálů nebo při návštěvě otce nebo společensky starší osoby.¹⁵³

Ženy jsou povinny se vždy odívat přiměřeně, aby tak zabránily nechtěnému zájmu ze strany mužů. Všeobecně platným pravidlem je, že smí ukázat pouze kousek holé kůže od krku dolů. Na veřejnosti nosí téměř všechny ženy burky. Pod nimi mívají normální „moderní“ oblečení, které je dostupné v obchodech. Většina těchto oděvů je dovážena z Číny. Tradičním oděvem jsou také šaty nebo sukně s délkou minimálně pod kolena. Pod nimi se nosí ještě volné kalhoty, nemělo by totiž být snadné rozeznat obrysy nohou. Pokud

¹⁵¹ informace z interview.

¹⁵² Islamweb.cz. Osobní život.

¹⁵³ informace z interview.

přijímají hosty, nebo se účastní modlitby, musí mít ženy vždy pokrývku hlavy. Je záhodno nosit ji i na veřejnosti. Některé rodiny dokonce požadují, aby ženy nosily pokrývku hlavy i doma.¹⁵⁴ Afghánské ženy se napříč všemi generacemi velmi rády a velmi výrazně malují. Aktuálně je zde symbolem krásy bělostná kůže, takže jsou zde v oblibě různé bělící pleťové krémy.¹⁵⁵

3.6 Stravovací návyky

Stravování v Afghánistánu je velmi rozdílné od toho našeho. Pokud jsme pozváni k někomu na jídlo, již před vstupem do obydlí nebo pokoje, ve kterém bude jídlo probíhat, musíme odložit své obutí. Nasedáme si, dokud nám není označeno, kde je naše místo. Hostům bývají určena čestná místa v čele místnosti, tedy co nejdál ode dveří. V létě stolují Afghánci rádi venku, ve stínu stromů, kde vytvoří prostor pro jídlo rozloženými koberci. V zimě se k jídlu usedá k *sandali*, typickému afghánskému topení. U jídla se sedí na zemi na polštářích. I samotné sezení má svoje pravidla. Afghánci obvykle sedí na zkřížených nohou. Pokud to třeba zdravotní stav neumožňuje, je možné zvolit i jinou polohu. Pravidlem ale je, že při ní nesmí mít člověk roztažené nohy a nesmí mu být vidět šlapky.

¹⁵⁶

Každému stolování předchází rituál omývání rukou. Jeden z nejmladších členů rodiny přinese speciální džbán a mísu a pomáhá nalít hostům na ruce ze džbánu vodu, která je pak chytána v míse. Jídlo je servírováno všem společně do nádob, ze kterých jí vždy několik stolovníků naráz. V Afghánistánu se příliš nepoužívá se příbor. Pokrmy se jí rukama, respektive pravou rukou, protože levá ruka je považována za nečistou. Jídlo je většinou stočeno špičkami prstů do kuličky a potom teprve vloženo do úst. Strava je upravována tak, aby během konzumace nemusela být krájena. Teprve pokud je k jídlu nějaký tekutý pokrm, jako třeba pudink, smí přijít na řadu lžíce.¹⁵⁷

¹⁵⁴ Encyklopaedia Iranica. Etiquette in Afghanistan.

¹⁵⁵ informace z interview.

¹⁵⁶ Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

¹⁵⁷ tamtéž.

Pokud jsme již sytí, dáme to najevo tak, že necháme část jídla na talíři. V opačném případě nám bude talíř znovu naplněn. Stejně tak pokud již nechceme dál pít, zakryjeme sklenici rukou a proneseme „*bus*“, což znamená „dost“.¹⁵⁸

3.6.1 Afghánská kuchyně

Afghánská kuchyně je velmi rozmanitá. Jednotlivá etnika mají své typické pokrmy, vliv na tuto rozmanitost má navíc i zeměpisná poloha a s ní související přírodní podmínky. Všeobecně je však strava Afghánců založena především na obilovinách – pšenici, kukuřici, ječmenu a rýži. Mezi další nejčastěji používané suroviny patří mléčné výrobky jako jogurt nebo syrovátka, brambory, zelenina, česnek a cibule. Afghánci vaří také hodně z ovoce, ať už čerstvého, nebo sušeného. Afghánistán je pověstný svým hroznovým vínem, pomeranči, granátovými jablky, meruňkami, bobulovými plody a švestkami. Hojně se využívají i ořechy a různá semínka jako pistácie, mandle nebo vlašské ořechy. V Afghánistánu je vyráběn i kvalitní olivový olej. Je však používán pouze pro místní spotřebu. Mezi bylinky a koření používané v místní kuchyni patří máta, šafrán, koriandr, kardamom a černý pepř. Pokud k němu mají přístup, vaří Afghánci hodně z masa. Preferují maso skopové a kuřecí. Afghánská kuchyně klade důraz na vyrovnané chutě pokrmů, zvýrazňuje kontrasty a nezakládá si na kořeněných jídlech.¹⁵⁹ Mezi nejznámější afghánské pokrmy patří *ahshak* (příloha podobná těstovinám plněná pórkem a dušená v masové omáčce), *ash* (zeleninová polévka se špagetami a červenými fazolemi), *nan* (částečně nakynutý pšeničný chléb ve tvaru velkých placek), *mantu* (v páře vařené knedlíky plněné kořeněným masem) nebo různé druhy kebabu. Afghánci nikdy nepoužívají pro přípravu pokrmů vepřové maso nebo maso uhynulých zvířat, protože jim to zakazuje jejich víra.¹⁶⁰

3.7 Bydlení

Afghánská obydlí jsou tradičně tvořena větším množstvím místností umístěných okolo centrálního obývacího prostoru, kde tráví ženy a děti celé rodiny většinu svého času. Jednotlivé místnosti jsou rozděleny mezi syny a jejich rodiny a jsou vzájemně odděleny. V některých domech je možné najít i speciální místnost určenou pro stýkání mužů.

¹⁵⁸ Inmamaskitchen.com. Afghan Food and Cookery [online]. [cit. 2009-4-16]

http://www.inmamaskitchen.com/FOOD_IS_ART_II/food_history_and_facts/afghanistan_cooking/afghan_cooking.html.

¹⁵⁹ Answers.com. Afghan cuisine. [online]. [cit. 2009-4-16] <http://www.answers.com/topic/cuisine-of-afghanistan>.

¹⁶⁰ American International School of Kabul. Some Afghan Dishes. [online]. [cit. 2009-4-16] <http://www.aisk.org/aisk/NHDAHGTK13.php>.

Afghánští kočovníci žijí ve velkých stanech, které mohou snadno zbourat, přemístit a znovu postavit. Ve středech velkých měst je budována nová moderní zástavba.¹⁶¹

¹⁶¹ Answers.com. Culture of Afghanistan. [online]. [cit. 2009-4-16] <http://www.answers.com/topic/culture-of-afghanistan#Housing>.

4 Obchodní zvyklosti

4.1 Průběh obchodního jednání

Obchodní jednání v Afghánistánu je mnohem osobnější než u nás. Samotnému jednání předchází poměrně dlouhé období vzájemného seznamování jednacích partnerů. To může usnadnit prostředník, který se za firmu zaručí, představí ji. Osobní vztah a důvěra jsou základním kamenem pro každé obchodní jednání. Proto je důležité, aby s afghánským obchodním partnerem jednal stále stejný zástupce firmy. Po úvodní seznamovací fázi se teprve začíná jednat o podrobnostech samotného obchodního vztahu. Průběh jednotlivých setkání bývá velmi proměnný a různorodý. Jak doba zahájení, tak samotné projednávané body se často výrazně mění.¹⁶²

4.1.1 Vyjednávací partner

Afghánci vysílají jako své zástupce na jednání jak jednotlivce, tak celé skupiny. Bez výjimky to podle zkušeností našich firem jsou vždy pouze muži. Pokud na straně afghánského obchodního partnera vyjednává skupina lidí, má tato skupina vždy jasně určeného vůdce, který má výrazně větší pravomoci než ostatní členové skupiny.¹⁶³

V Afghánistánu platí systém seniorátu, tedy že společenský význam člověka roste s jeho věkem. Je proto dobré se ujistit, že náš jednací partner je dostatečně starý a dostatečně vysoko na společenském žebříčku firmy na to, aby mohl sám činit rozhodnutí. Pokud jednáme s někým výrazně mladým, může to znamenat, že si nás firma, se kterou jednáme, chce pouze ozkoušet.¹⁶⁴

4.1.2 Úvodní část jednání

Zahájení jednání má velmi neformální ráz. Nejdříve je hostu nabídnut čaj jako vyjádření pohostinnosti. Po jeho vypití následuje společenská konverzace, během které se nijak nezmiňuje obchodní záležitost, kvůli které se jednající sešli. Tento proces je zásadní pro

¹⁶² Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

¹⁶³ informace z dotazování.

¹⁶⁴ Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

navození příjemné atmosféry mezi jednajícími stranami. Tématem této konverzace bývá zdraví, rodina nebo práce.¹⁶⁵

4.1.3 Vyjednávání

Afghánci jednají většinou podle taktiky vítězství-prohra. Jejich cílem je většinou získat co největší výhody pro sebe za jakoukoliv cenu. Také často a rádi smlouvají. Toho se dá při vyjednávání využít. Je dobré začínat s přemrštěně vysokými požadavky a během jednání je postupně pomalu snižovat. Při každém snížení je ale důležité zdůraznit důvod, proč jsme takové snížení uskutečnili, abychom mu dodali na vážnosti a důvěryhodnosti. Při jednání je dobré se odvolávat na afghánský smysl pro spravedlnost a právo a na to, že se snažíte vytvořit silný vzájemný vztah. Pokud nejsou finanční podmínky pro jednacího partnera dostatečnou motivací, je dobré přesvědčit ho, že domlouvání kontrakt mu přinese společenskou prestiž, čest nebo respekt. Během vyjednávání je potřeba se vyhnout přímé odpovědi „ne“. To by bylo považováno za téměř nepřátelský akt. Řešením může být vyhýbavá odpověď nebo odvedení řeči na jiné téma.¹⁶⁶

4.1.4 Formy jednání a jednací jazyky

Afghánci preferují osobní setkání při obchodním jednání, především zpočátku při navazování vztahu mezi jednajícími. Později není nezvyklé jednat pomocí telefonických rozhovorů, emailů, nebo jiných variant, které nabízí internet.

Jednání našich firem a jejich afghánských protějšků probíhají v angličtině nebo ruštině. Afghánci jsou schopni vést jednání v těchto jazycích bez potřeby tlumočníka, což poměrně usnadňuje vyjednávání.¹⁶⁷

4.1.5 Politika otevřených dveří

V Afghánistánu funguje politika „otevřených dveří“. To znamená, že do kanceláře může kdokoli kdykoliv vstoupit a narušit v ní probíhající jednání jenom proto, že potřebuje například nechat podepsat nějaký dokument. Stejně tak není pro Afghánce neobvyklé vzít

¹⁶⁵ Communicaid. Doing Business in Afghanistan - Afghan Social and Business Culture. [online]. [cit. 2009-3-28] <http://www.communicaid.com/cross-cultural-training/culture-for-business-and-management/doing-business-in/Afghan-business-culture.php>.

¹⁶⁶ Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

¹⁶⁷ informace z dotazování.

vyzvánějící telefon, když jsou uprostřed jednání. Toto chování není v žádném případě myšleno jako urážka, nebo jako nedostatečná úcta k jednacímu partnerovi.¹⁶⁸

4.2 Přístup ke smluvním závazkům a řešení obchodních sporů

Smlouvy mají pro Afghánce podstatně jiný význam než pro nás. Jsou pouze rámcem, ukazatelem směru, ve kterém se má jednání pohybovat. Jejich znění neznamena jasně stanovená pravidla. Spíše vizi, která se bude upravovat podle situace. Mnohem větší význam než smlouva pro ně má vztah k jednajícímu. Proto je pro naše firmy mnohem větší zárukou dobře probíhajícího obchodu přátelský vztah mezi jednajícími a vzájemná úcta, než papír s obchodními podmínkami. S tím souvisí i řešení obchodních sporů. Když dojde k porušení smlouvy – chápáno z pohledu Evropana – je to pro našeho afghánského partnera většinou pouze změna podmínek, nebo nemožnost splnit původní plány a jako řešení je očekávána společná domluva nových podmínek. Rozhodně není rozumné snažit se řešit smluvní problémy u soudu. Kromě toho, že zde soudnictví zdaleka nefunguje bez problémů a průtahů a korupce, hrozí soudním řízením ohrožení konceptu cti našeho partnera, což může velmi zkomplikovat jakékoliv další obchodování v Afghánistánu.¹⁶⁹

4.3 Čas v obchodním jednání

4.3.1 Pracovní doba

Pracovní týden začíná v neděli a končí ve čtvrtek. Pátek je svátkem a spolu se sobotou je součástí víkendu. Není však výjimkou, že řada obchodů má zavřeno již ve čtvrtek. Protože je Afghánistán muslimskou zemí, uchyluje se zde většina obyvatelstva pětkrát denně k modlitbě. Pracovní doba je proto vměstnána mezi časy jednotlivých modliteb.¹⁷⁰

4.3.2 Vhodná doba pro obchodní jednání

Vhodná doba pro obchodní jednání je kdykoliv během roku, mimo měsíc ramadán a důležité svátky a slavnosti. Co se týče optimální denní doby, nepreferují Afghánci žádnou konkrétní hodinu. Při tvorbě programu obchodního jednání je však potřeba brát v úvahu skutečnost, že se muslimové pětkrát denně modlí a umožnit jim to. Jednotlivá jednání mívají odlišnou délku, většinou probíhají celé hodiny, můžou však trvat jen pár desítek

¹⁶⁸ Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

¹⁶⁹ Communicaid. Doing Business in Afghanistan - Afghan Social and Business Culture.

¹⁷⁰ informace z interview.

minut. Čas, během kterého probíhají jednotlivá jednání, než se podaří kontrakt zcela uzavřít, se dá měřit obvykle v měsících až letech.¹⁷¹

4.3.3 Dochvilnost

Afghánský pohled na čas a dochvilnost je mnohem méně striktní než v západních kulturách. Může se proto stát, že jednací partner nedorazí včas na schůzku. Očekává se však, že lidé ze západu dojednané termíny dodrží. Takže je vhodné chodit včas a bez jakýchkoliv narážek přijmout partnerův pozdní příchod.¹⁷²

4.4 Firemní struktura a vztahy na pracovišti

Afghánská firemní kultura je determinována vysokým respektem k autoritám, vycházejícím z islámu. Ve firmách funguje jasně určená hierarchická struktura. Moc je distribuována shora. Funguje zde systém seniorátu. Obvykle existuje v podniku pouze jedna osoba, která činí klíčová rozhodnutí. Bývá jím nejstarší osoba ve společnosti, stojící zcela na vrcholku společenské pyramidy.¹⁷³

Pro Afghánce mají v rámci pracovních vztahů velký význam osobní vazby a přátelství s ostatními spolupracovníky. Pojem přátelství je pro Afghánce ale poněkud odlišný od našeho pojetí tohoto slova. Přítel není ten, s kým je nám dobře a rádi s ním trávíme svůj čas. Je to ten, od koho je možné očekávat laskavost, službu, pomoc.¹⁷⁴

Na pracovišti je kladen velký důraz na vyjadřování respektu souvisejícího s postavením jednotlivce ve firmě. Z tohoto důvodu se Afghánci na pracovišti oslovují svými funkcemi a tituly, čímž dávají oslovené osobě najevo svoji úctu. Toto pravidlo platí především naprosto bezvýhradně pro všechny společensky mladší osoby. Dodržují ho ale většinou i ty společensky starší.¹⁷⁵

4.5 Postavení ženy v obchodě

Islám dovoluje ženám vykonávat zaměstnání, pokud nijak neodporují jejich ženskosti nebo nezneužívají jejich důstojnost. Muslimská žena však není povinná vydělávat, to je primárně povinností muže. Úkolem ženy je postarat se dobře o rodinu a výchovu dětí, takže práce ji nesmí překážet v této úloze. Pokud to však situace vyžaduje, může muslimka

¹⁷¹ informace z dotazování.

¹⁷² Communicaid. Doing Business in Afghanistan - Afghan Social and Business Culture.

¹⁷³ tamtéž.

¹⁷⁴ Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

¹⁷⁵ Communicaid. Doing Business in Afghanistan - Afghan Social and Business Culture.

pracovat. Doporučovaná jsou zaměstnání, ze kterých jde nějaký kolektivní prospěch, jako je ošetřování, porodnictví, léčba ženských pacientek, výchova a jiné sociální služby. Největší zastoupení žen je ve státním sektoru, ve kterém je snaha o genderově vyrovnanou politiku a motivaci žen pracovat. Jsou zde zaměstnány především jako úřednice nebo učitelky. Stejně tak smí ženy i podnikat nebo obchodovat. Žen podnikatelek nebo obchodnic je však pouze mizivé množství.¹⁷⁶ Přes tuto možnost se podle informací pana Lapiše naše firmy během svých obchodních jednání v Afghánistánu ani mimo něj nikdy nesetkaly s žádnou afghánskou ženou. Veškeré funkce, které zajišťují styk s obchodními partnery, vždy zastávali muži.¹⁷⁷

4.6 Etiketa odívání při obchodních schůzkách

Muži v obchodní sféře nosí většinou klasické obleky a obuv, tedy oděný, na které jsme zvyklí během obchodního jednání u nás nebo kdekoliv jinde v Evropě. Pokud jsou zaměstnání v nekomerční sféře, odívají se obvykle do tradičního afghánského oděvu, tedy dlouhé košile a volných kalhot. Afghánské ženy musí být vždy oblečeny skromně a konzervativně. Pokud je žena zaměstnaná, nosí do práce volné sukně po kolena nebo delší, s volnými kalhotami oblečenými pod nimi.¹⁷⁸

4.7 Vizitky a dary

Používání vizitek není v Afghánistánu příliš rozšířené. Jejich význam vidí Afghánci především v reprezentaci prestiže a důležitosti jejich majitele. Pokud je nám věnována vizitka, je zdvořilé ji s respektem přijmout – to znamená vzít ji s dostatečnou vážností do pravé ruky- a poté ji důsledně prostudovat a případně i okomentovat, aby náš partner viděl náš zájem o jeho osobu. Takto přijatou vizitku pak nedáváme do kapsy, ale vložíme do pouzdra na vizitky nebo nějaké dostatečně uctivé místo. Vlastní vizitky je dobré mít přeložené do afghánské perštiny nebo paštúnštiny.¹⁷⁹

Dárky se dávají především jako poděkování za pozvání. Například pokud je člověk pozván poprvé k někomu domů, je vhodné přinést nějaký malý dárek. Při pozvání na oběd či večeři, je obvyklé přinést pěkně zabalené ovoce, sladkosti nebo pečivo. Dárky se nedávají

¹⁷⁶ Muslimka. Zaměstnání muslimské ženy. [online]. [cit. 2009-4-22]

<http://www.muslimka.estranky.cz/clanky/prava-zen/zamestnani-muslimske-zeny>; článek podle knihy Women in islam od Fatimy Umar Nasif.

¹⁷⁷ informace z dotazování.

¹⁷⁸ Kwantessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

¹⁷⁹ Kwantessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

okamžitě po příchodu, ale předávají se různými delikátními metodami – např. položením někde ke dveřím, nebo poblíž místa, kam je host usazen. Nikdy není vhodné dávat alkohol. Pokud víme, že obdarovávaný se opravdu rád občas vychutná nějaký alkoholický nápoj a chceme mu ho věnovat, je potřeba tak učinit skrytě, abychom zabránili zlostění. Co se týče balení dárku, neexistují žádná speciální pravidla, co se týče barev balicích papírů. Doporučuje se zelený balicí papír, pokud obdarováváme novomanžele.¹⁸⁰

Během obchodního jednání je dobré obdarovat partnera při každé návštěvě Afghánistánu. Vhodným dárkem je cokoli cenného, pokud to není alkohol. Hostitelská firma nikdy žádné dárky nedává. Afghánští jednatelé se navíc velmi rádi nechávají zvát na obědy nebo večere.¹⁸¹

¹⁸⁰ Kwintessential. Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette.

¹⁸¹ informace z dotazování.

Závěr

Cílem této práce bylo poskytnout čtenáři informace o Afghánistánu, jeho kultuře a obchodních zvyklostech. Domnívám se, že jsem tento cíl splnila. Pomocí PEST analýzy a zkontaktování osob, které se s danou problematikou stále setkávají, se mi podařilo získat řadu informací o Afghánistánu a jeho obyvatelích, které mohou přispět k lepšímu pochopení kulturních zvláštností této země a pravidel, podle kterých se zde řídí obchodní jednání.

První kapitola byla věnována základní geografické, demografické a politické charakteristice země a historickému vývoji země. Vyplývá z ní, že všechny tyto aspekty měly zásadní vliv na současnou kulturní situaci Afghánistánu. Je to země ležící na pomezí mezi jižní, jihozápadní a střední Asií, což jí odjakživa činilo strategicky významným územím. Díky tomu se na území Afghánistánu během dějin lidstva vystřídala řada kultur a národů, které velmi výrazně ovlivnily etnické a jazykové složení země. Afghánistán je také poměrně neúrodným a z velké části hornatým územím, což značně zbrzdilo ekonomický rozvoj. Největší brzdou rozvoje je však neustálý neklid a nestabilita v zemi, provázející ji již od jejího prvního osídlení.

V druhé kapitole jsem se zaměřila na ekonomickou situaci s cílem analyzovat potenciál této země především pro její obchodní partnery. Výsledkem této analýzy je zjištění, že Afghánistán patří mezi nejméně vyspělé země světa. Je však i zemí nabízející zahraničním subjektům nesmírné podnikatelské možnosti, protože její ekonomika je teprve v plenkách a tím pádem disponuje téměř volným polem působnosti ve všech ekonomických sektorech. V cestě rychlému ekonomickému rozvoji, který se zde nabízí, však stojí řada bariér. Nejvýznamnějšími bariérami jsou vratká bezpečnostní situace v zemi a teprve se ustalující politické uspořádání. Následkem toho zde stále ještě nemůže fungovat klasická tržní ekonomika a jak Afghánce, tak okolní svět, bude stát ještě mnoho sil, než se podaří umožnit její plynulý chod.

Rozbor kulturní charakteristiky Afghánistánu, kterému jsem věnovala třetí kapitolu, přináší jasnou informaci o odlišnosti naší a afghánské kultury a zdůrazňuje tak význam poznávání a chápání rozdílů mezi jednotlivými národy a jejich zvyklostmi. Naprostá většina Afghánců jsou muslimové, což poměrně direktivně určuje jejich životní orientaci a jejich morálku, jejich pohled na život i na mezilidské vztahy. Jde o kulturu velmi dbající na

mezilidské vztahy, na rodinu a přátelství a pravidla, která tyto vztahy upravují. Tato pravidla a normy společenského chování jsou brány a dodržovány velmi vážně, proto je pro nás jako pro cizince zásadní věnovat jim pozornost.

Výsledkem čtvrté kapitoly bylo informování o zvyklostech spojených s obchodním jednáním v Afghánistánu. Afghánci jsou národ zakládající obchodní vztahy na vztazích osobních, takže samotná forma i průběh obchodního jednání jsou velmi odlišné od zvyklostí naší země. Jednání zde je dlouhé a z velké části se skládá z vzájemného poznávání obchodních partnerů. Velký vliv na vývoj jednání mají pochopitelně společenské normy, dodržované v obchodě s velkou důsledností. Pro jednání s afghánským partnerem je základním kamenem úspěchu pochopení jeho logiky a komunikačních a vyjednávacích zvyklostí. Afghánci se vyjadřují velmi nepřímě a pomocí oklik, téměř nedávají najevo odmítnutí a neochotu, mají mnohem méně závazný pohled na smlouvy a dohody. Pokud by toto naši jednatele nebrali v úvahu, nemělo by v podstatě význam na jejich trh vůbec vstupovat, protože by nebylo možné dojít ke společné dohodě.

V současné době, poznamenané hospodářskou krizí a nasycenými západními trhy, se většina podniků obrací na nové perspektivní partnery. Takovým může být i Afghánistán. Pro české firmy je to však poměrně neprobádané a nejisté území. Domnívám se však, že pokud by náš konzulát a organizace zaměřující se na zahraniční obchod aktivně vyhledávaly pro naše firmy možnosti obchodních vztahů v Afghánistánu a pomáhaly v jejich navazování, mohlo by to přinést naší ekonomice řadu nových možností. Hlavní problém v navazování ekonomických vztahů s Afghánistánem vězí ale pochopitelně v jeho roztříštěnosti a velmi nejisté ekonomické a politické situaci. Na zlepšení těchto problematických bodů se v současnosti intenzivně zaměřuje jak vláda Afghánistánu a místní organizace, tak řada jiných států a mezinárodních organizací a postupně řeší jednotlivé komplikace a postupně tak otevírají a přibližují Afghánistán okolnímu světu.

Věřím, že i moje práce přiblíží jejím čtenářům Afghánistán, jeho lid a jeho kulturu. A že umožní lepší pochopení pravidel této země jak pro obchodní, tak pro zcela běžný mezilidský kontakt a komunikaci.

Literatura

Afghanistan Online. *Geography*. [online]. [cit. 2009-3-23] <http://www.afghan-web.com/geography/index.html>.

Afghanistan online. *Map of Provincial Divisions*. [online] [cit. 2009-3-25] http://www.afghan-web.com/geography/provincial_divisions.html.

American International School of Kabul. *Some Afghan Dishes*. [online]. [cit. 2009-4-16] <http://www.aisk.org/aisk/NHDAHGTK13.php>.

Answers.com. *Afghan cuisine*. [online]. [cit. 2009-4-16] <http://www.answers.com/topic/cuisine-of-afghanistan>.

Answers.com. *Demography of Afghanistan*. [online]. [cit. 2009-6-10] <http://www.answers.com/topic/demography-of-afghanistan>.

Answers.com. *Culture of Afghanistan*. [online]. [cit. 2009-4-16] <http://www.answers.com/topic/culture-of-afghanistan#Housing>.

Answers.com. *List of cities in Afghanistan*. [online]. [cit. 2009-4-27] <http://www.answers.com/topic/list-of-cities-in-afghanistan>.

Australian Government – Department of Foreign Affairs and Trade. *Afghanistan Country Brief - December 2007*. [online]. [cit. 2009-6-8] http://www.dfat.gov.au/GEO/afghanistan/afghanistan_country_brief.html.

BBC NEWS. *Life in Afghanistan*. [online]. [cit. 2009-4-24] <http://news.bbc.co.uk/2/shared/spl/hi/guides/456900/456999/html/nn4page1.stm>.

Central Intelligence Agency. *The World Factbook*. [online]. [cit. 2009-3-14] <http://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/af.html>.

Communicaid. *Doing Business in Afghanistan - Afghan Social and Business Culture*. [online]. [cit. 2009-3-28] <http://www.communicaid.com/cross-cultural-training/culture-for-business-and-management/doing-business-in/Afghan-business-culture.php>.

Country studies. *Ethnic groups*. [online]. [cit. 2009-3-15] <http://countrystudies.us/afghanistan/38.htm>.

Country studies. *Hazara*. [online]. [cit. 2009-3-15] <http://countrystudies.us/afghanistan/40.htm>.

Country studies. *Pashtun*. [online]. [cit. 2009-3-15] <http://countrystudies.us/afghanistan/38.htm>.

Country studies. *Tajik*. [online]. [cit. 2009-3-15]
<http://countrystudies.us/afghanistan/39.htm>.

Country studies. *Uzbek*. [online]. [cit. 2009-3-15]
<http://countrystudies.us/afghanistan/41.htm>.

Culture crossing. *Afghanistan*. [online]. [cit. 2009-4-16]
http://www.culturecrossing.net/basics_business_student_details.php?Id=7&CID=1.

Encyklopaedia Iranica. *Etiquette in Afghanistan*. [online]. [cit. 2009-4-26]
<http://www.iranica.com/newsite/index.isc?Article=http://www.iranica.com/newsite/articles/unicode/v9f1/v9f105.html>.

Free World Maps. *Physical Map of Afghanistan*. [online]. [cit. 2009-3-28]
<http://www.freeworldmaps.net/asia/afghanistan/map.html>.

HORÁK, S. *Začarované kruhy Afghánské*. [online]. [cit. 2009-2-28].
http://bohuslavsobotka.cz/Downloads/zacarovane_kruhy_afghanske_ii_tisk.doc.

CHAJRÍ Š. F. *Islám*. 1. vyd., Praha: Euromedia Group, k.s. 2001. ISBN 80-7202-922-3.

Inmamaskitchen.com. *Afghan Food and Cookery* [online]. [cit. 2009-4-16]
http://www.inmamaskitchen.com/FOOD_IS_ART_II/food_history_and_facts/afghanistan_cooking/afghan_cooking.html.

International Monetary Fund. *Islamic Republic of Afghanistan: Statistical Appendix*. [online]. [cit. 2009-4-10]. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2008/cr0872.pdf>.

International Monetary Fund. *World Economic Outlook Database*. [online]. [cit. 2009-4-4].
http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2008/02/weodata/weorept.aspx?sy=2006&ey=2013&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=%2C&br=1&pr1.x=28&pr1.y=19&c=512&s=NGDP_R%2CNGDPD%2CNGDP_D%2CNGDPDPC%2CPCPI%2CLP%2CBCA%2CBCA_NGDPD&grp=0&a=#download.

Iraqi Dinar. *Exchange Rate Afghanistan Afghani*. [online]. [cit. 2009-3-30]
<http://www.iraqidinar.org/Exchange-Rate-AFN.htm>.

Islamweb.cz. *Osobní život*. [online]. [cit. 2009-4-27]
<http://www.islamweb.cz/elknihovna/zni/osobni.htm>.

Islamweb.cz. *Pojem morálka*. [online]. [cit. 2009-4-27]
<http://www.muslim.cz/informace/moralka.htm>.

Islamweb.cz. *Pojem rovnost*. [online]. [cit. 2009-4-27]
<http://www.muslim.cz/informace/rovnost.htm>.

Islamweb.cz. *Pojem svoboda*. [online]. [cit. 2009-4-30]
<http://www.muslim.cz/informace/svoboda.htm>.

Islamweb.cz. *Pojem život*. [online]. [cit. 2009-4-30]
<http://www.muslim.cz/informace/zivot.htm>.

Islamweb.cz. *Rodinný život*. [online]. [cit. 2009-4-27]
<http://www.islamweb.cz/elknihovna/zni/rodinny.htm>.

Korán. 6. vyd. Praha: Odeon 1991. ISBN 80-207-0444-2.

Kwintessential. *Afghanistan - Language, Culture, Customs and Etiquette*. [online]. [cit. 2009-4-18] <http://www.kwintessential.co.uk/resources/global-etiquette/afghanistan.html>.

LEHMANNOVÁ, Z. a kol. *Kulturní pluralita v současném světě*. 1. vyd., Praha: Vysoká škola ekonomická v Praze 2000. ISBN 80-245-0073-6.

MAREK, J. *Afghánistán - stručná historie států*. 1. vyd. Praha: Libri 2003. ISBN 80-7277-128-0.

Ministerstvo zahraničních věcí České republiky. *Aktuální doporučení a varování*. [online]. [cit. 2009-5-31]
<http://old.mzv.cz/wwwo/mzv/default.asp?ido=8855&idj=1&amb=1&ikony=False&trid=2&prsl=False&pocc1=>.

Muslimka. *Zaměstnání muslimské ženy*. [online]. [cit. 2009-4-22]
<http://www.muslimka.estranky.cz/clanky/prava-zen/zamestnani-muslimske-zeny>.

NASR, S. H. *Islam – Religion, History and Civilization*. [pdf], Adobe Acrobat eBook Reader 2007. ISBN 978-0-06-155642-5.

Numismondo. *AFGHANISTAN Paper Money*. [online]. [cit. 2009-3-30]
<http://numismondo.com/pm/afg/2002/>.

POTMĚŠIL, J. *Islámské právo šari‘a*. Britské listy [online]. [cit. 2009-4-27]
<http://www.blisty.cz/art/38111.html>.

ŠLACHTA, M., PROCHÁZKOVÁ, P. *Afghánistán*. 1. vyd., Praha: Libertas 2003. ISBN 80-7011-784-2.

Transparency International. *Corruptions Perceptions Index*. [online]. [cit. 2009-4-10]
http://www.transparency.org/news_room/in_focus/2008/cpi2008/cpi_2008_table.

The New York Times. *Presidential election*. [online]. [cit. 2009-6-8]
<http://topics.nytimes.com/top/news/international/countriesandterritories/afghanistan/index.html>.

The World Bank & The International Finance Corporation. *Doing Business 2009: Country Profile Afghanistan. 2008*. [online]. [cit. 2009-5-28]
<http://www.doingbusiness.org/Documents/CountryProfiles/AFG.pdf>.

Unicef. *Afghanistan - Statistics*. [online]. [cit. 2009-4-25]
http://www.unicef.org/infobycountry/afghanistan_statistics.html.

United Nations, Office on Drugs and Crime. *Afghanistan – Opium survey 2007*. [online]. [cit. 2009-4-10]
http://www.unodc.org/pdf/research/Afghanistan_Opium_Survey_2007.pdf.

U.S. & Foreign Commercial service and U.S. Department of state. *Doing Business in Afghanistan: A Country Commercial Guide for U.S. Companies*. 2005. [online]. [cit. 2009-5-28] http://trade.gov/static/afghanistan_ccg_2007.pdf.

VONDRA, A. a kol. *Islám a jeho svět*. 1. vyd., Brno: Moravské zemské muzeum 1995. ISBN 80-7028-075-1.

U.S. & Foreign Commercial service and U.S. Department of state. *Doing Business in Afghanistan: A Country Commercial Guide for U.S. Companies*. [online]. [cit. 2009-5-28] http://trade.gov/static/afghanistan_ccg_2007.pdf.

Wikipedia. *Afghan afghani*. [online]. [cit. 2009-4-1] http://en.wikipedia.org/wiki/Afghan_afghani.

Wikipedia. *Afghan children in Khost Province*. [online]. [cit. 2009-5-25] http://en.wikipedia.org/wiki/File:Afghan_children_in_Khost_Province.jpg

Wikipedia. *Afghan food*. [online]. [cit. 2009-5-25] http://en.wikipedia.org/wiki/File:Afghan_food.jpg.

Wikipedia. *Afghani dinner*. [online]. [cit. 2009-5-25] http://en.wikipedia.org/wiki/File:Afghani_dinner.jpg.

Wikipedia. *Afghani lamb kebab*. [online]. [cit. 2009-5-25] http://en.wikipedia.org/wiki/File:Afghani_lamb_kebab.jpg.

Wikipedia. *Afghanistan COA*. [online]. [cit. 2009-3-25] http://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:Afghanistan_COA.png.

Wikipedia. *Afghanistan passo del salang hindukush*. [online]. [cit. 2009-6-10] http://en.wikipedia.org/wiki/File:Afghanistan_passo_del_salang_hindukush.jpg.

Wikipedia. *Bamyan*. [online]. [cit. 2009-6-10] <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Bamyan.jpg>.

Wikipedia. *Eastern Afghanistan*. [online]. [cit. 2009-6-10]
http://en.wikipedia.org/wiki/File:Eastern_Afghanistan.jpg.

Wikipedia. *Flag of Afghanistan*. [online]. [cit. 2009-3-25]
http://cs.wikipedia.org/wiki/Soubor:Flag_of_Afghanistan.svg.

Wikipedia. *Islam*. [online]. [cit. 2009-4-24]
<http://en.wikipedia.org/wiki/Islam#Demographics>.

Wikipedia. *Map of Ethnic Groups in Afghanistan*. [online]. [cit. 2009-3-28]
<http://www.freeworldmaps.net/asia/afghanistan/map.html>.

Wikipedia. *Muslim distribution*. [online]. [cit. 2009-4-10]
http://en.wikipedia.org/wiki/File:Muslim_distribution.png.

Wikipedia. *Quabuli palao with lamb*. [online]. [cit. 2009-5-25]
[http://en.wikipedia.org/wiki/File:Qabuli_palao_\(rice_with_carrots_%26_raisins\)_with_lamb_-_Afghanistan_-_04272008.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Qabuli_palao_(rice_with_carrots_%26_raisins)_with_lamb_-_Afghanistan_-_04272008.jpg).

Wikipedie. *Afghánská vlajka*. [online]. [cit. 2009-3-25]
http://cs.wikipedia.org/wiki/Afgh%C3%A1nsk%C3%A1_vlajka.

Wikipedie. *Islám*. [online]. [cit. 2009-4-27] <http://cs.wikipedia.org/wiki/Isl%C3%A1m>.

Wikipedie. *Sunna*. [online]. [cit. 2009-4-27] <http://cs.wikipedia.org/wiki/Sunna>.

Ostatní zdroje:

Osobní interview s panem Tomášem Kociánem, pracovníkem humanitární organizace
Člověk v tísni.

Dotazník vyplněný panem Petrem Lapišem, manažerem firmy Exposita, a.s., obchodující
v Afghánistánu.

2MO303 Mezinárodní obchodní jednání a protokol, přednášky a cvičení.

2SM302 Kultura v mezinárodních vztazích, přednášky a cvičení.

Seznam tabulek

Tabulka 1: Vývoj HDP a platební bilance 2006 – 2013	26
Tabulka 2: Zahraniční dluh.....	30
Tabulka 3: Hodnocení obtížnosti podnikání v Afghánistánu pro zahraniční firmy	33

Seznam grafů

Graf 1: Složení obyvatelstva podle zařazení do věkových skupin (odhady k 6/2009).....	14
---	----

Seznam obrázků

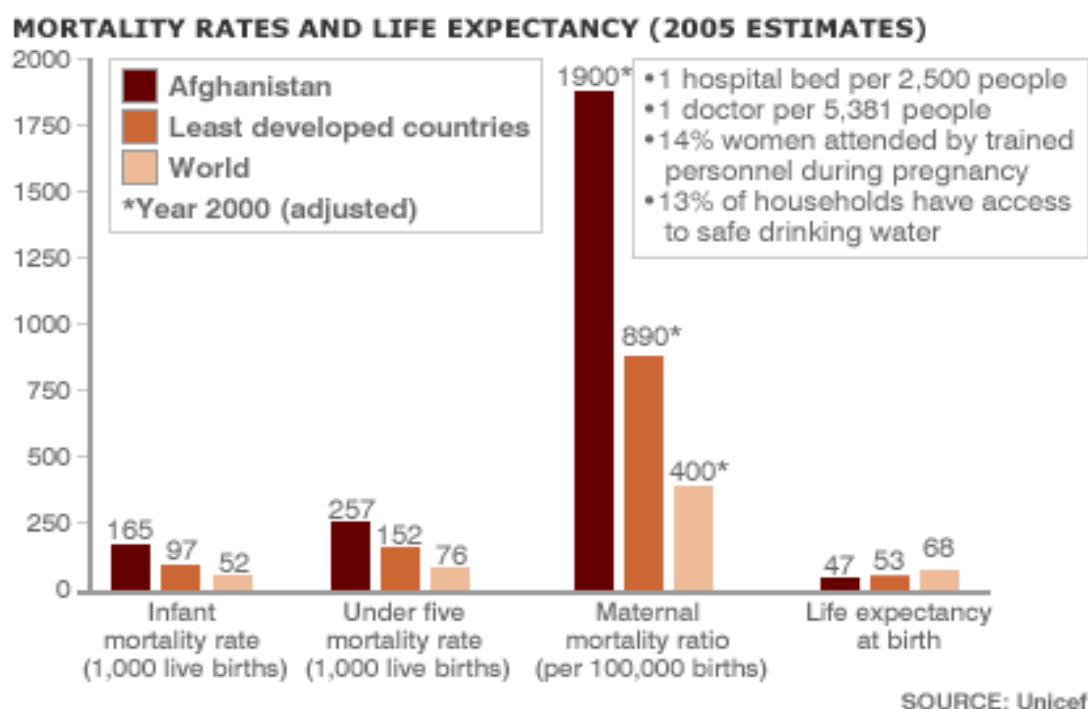
Obrázek 1: Fyzická mapa Afghánistánu	12
Obrázek 2: Zástupci jednotlivých afghánských etnik.....	15
Obrázek 3: Geografické rozmístění etnických skupin.....	16
Obrázek 4: Administrativní členění země	17
Obrázek 5: Státní vlajka a státní znak Afghánistánu	17
Obrázek 6: Ukázka afghánských bankovek.....	28

Seznam příloh

Příloha 1: Ukazatele životní úrovně v Afghánistánu	66
Příloha 2: Rozšíření islámu	66
Příloha 3: Afghánská produkce opia během let 1994-2007	67
Příloha 4: Afghánská kuchyně	68
Příloha 5: Ekosystémy Afghánistánu	69

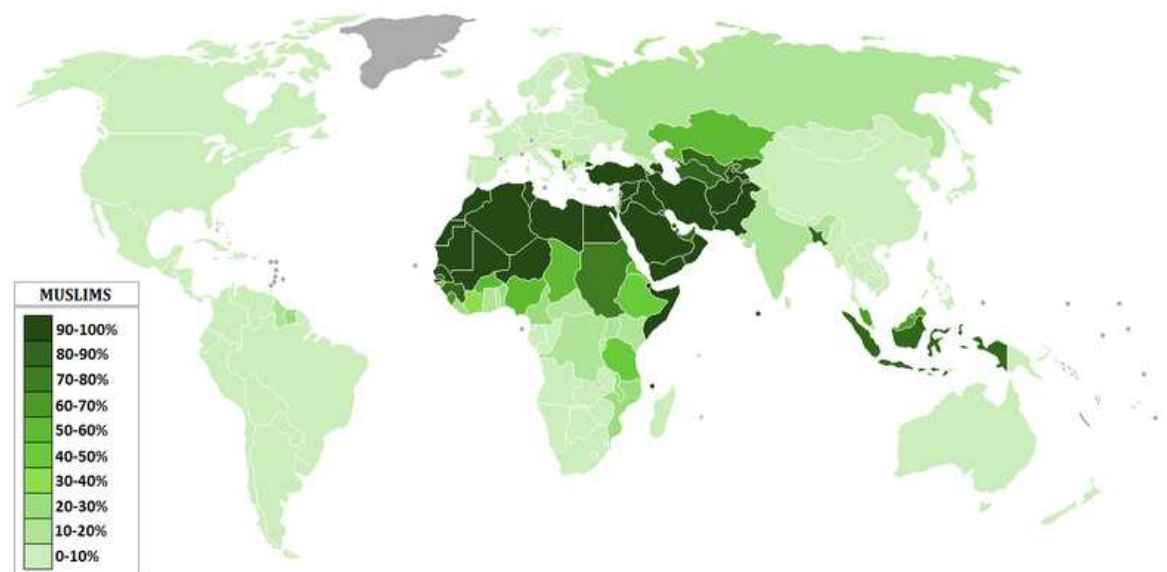
Přílohy

Příloha 1: Ukazatele životní úrovně v Afghánistánu



Zdroj: BBC NEWS. Life in Afghanistan.

Příloha 2: Rozšíření islámu



Zdroj: Wikipedia. Muslim distribution. [online]. [cit. 2009-4-10]

http://en.wikipedia.org/wiki/File:Muslim_distribution.png

Příloha 3: Afghánská produkce opia během let 1994-2007

Table 7. Islamic Republic of Afghanistan: Opium Production and Prices, 1994–2007

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Area under production (hectares)	71,000	54,000	57,000	58,000	64,000	91,000	82,000	8,000	74,000	80,000	131,000	104,000	165,000	193,000
Hilmand	...	...	...	...	...	...	...	...	29,950	15,371	29,353	26,500	69,324	102,770
Nangarhar	...	...	...	...	...	...	...	...	19,780	18,904	28,213	1,093	4,872	18,739
Badakhshan	...	...	...	...	...	...	...	...	8,250	12,756	15,607	7,370	13,056	3,642
Uruzgan	...	...	...	...	...	...	...	...	5,100	4,698	7,365	2,024	9,703	9,204
Ghor	...	...	...	...	...	...	...	...	2,200	3,782	4,983	2,689	4,679	1,503
Kandahar	...	...	...	...	...	...	...	...	3,970	3,055	4,959	12,989	12,619	16,615
Rest of the country	...	...	...	...	...	...	...	...	4,796	19,472	36,441	51,335	50,747	40,527
Percentage of world (in percent)	26	22	22	23	27	42	37	6	41	47	67	68	109	127
Potential opium production	3,400	2,300	2,200	2,800	2,700	4,600	3,300	200	3,400	3,600	4,200	4,100	6,100	8,200
Percentage of world (in percent)	60	52	50	58	62	80	70	13	76	75	87	87	92	93
Number of provinces where opium is produced (out of 32)	...	...	...	...	...	16	23	10	24	28	30	25	28	21
Area under cultivation for cereals (hectares)	...	...	...	...	...	...	...	...	...	2,819,000	2,221,000	3,003,000	3,310,000	...
Gross income of poppy cultivation (U.S. dollar/hectare)	...	1,000	...	...	...	...	1,100	7,400	16,200	12,700	4,600	5,400	4,600	5,200
Gross income of wheat cultivation (U.S. dollar/hectare)	...	...	...	...	...	...	...	...	...	470	390	550	530	546
Potential income from opium production (in billions of U.S. dollars)	...	...	...	...	...	...	0.9	...	3	2	3	3	3	4
Farm-gate prices	30	23	24	34	33	40	28	300	350	283	92	102	94	86
Estimate value of opium at farmgate level (in millions of U.S. dollars)	102	54	54	95	88	183	91	56	1,200	1,020	600	560	760	1,000

Zdroj: International Monetary Fund. Islamic Republic of Afghanistan: Statistical Appendix, str. 11

Příloha 4: Afghánská kuchyně



Afghánská tabule

Zdroj: Wikipedia. Afghan food. [online]. [cit. 2009-3-25] http://en.wikipedia.org/wiki/File:Afghan_food.jpg.



Skopový kebab

Zdroj: Wikipedia. *Afghani lamb kebab*. [online]. [cit. 2009-5-25] http://en.wikipedia.org/wiki/File:Afghani_lamb_kebab.jpg.



Skopové palao

Zdroj: Wikipedia. *Quabuli palao with lamb*. [online]. [cit. 2009-5-25] [http://en.wikipedia.org/wiki/File:Qabuli_palao_\(rice_with_carrots_%26_raisins\)_with_lamb_-_Afghanistan_-_04272008.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Qabuli_palao_(rice_with_carrots_%26_raisins)_with_lamb_-_Afghanistan_-_04272008.jpg).



Afghánská večeře

Zdroj: Wikipedia. *Afghani dinner*. [online]. [cit. 2009-5-25] http://en.wikipedia.org/wiki/File:Afghani_dinner.jpg.

Příloha 5: Ekosystémy Afghánistánu

Jižní Afghánistán



Zdroj: Wikipedia. *Eastern Afghanistan*. [online]. [cit. 2009-6-10]
http://en.wikipedia.org/wiki/File:Eastern_Afghanistan.jpg.

Střední Afghánistán



Zdroj: Wikipedia. *Bamyan*. [online]. [cit. 2009-6-10] <http://en.wikipedia.org/wiki/File:Bamyan.jpg>.

Severní Afghánistán



Zdroj: Wikipedia. *Afghanistan passo del salang hindukush*. [online]. [cit. 2009-6-10]
http://en.wikipedia.org/wiki/File:Afghanistan_passo_del_salang_hindukush.jpg.