

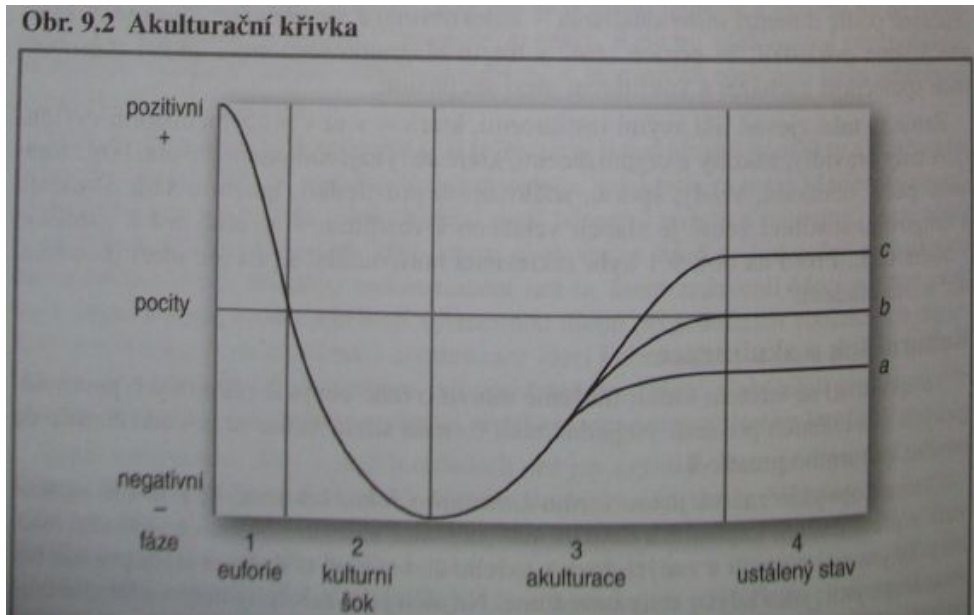
Setkávání kultur

6. cvičení Komunikace mezi kulturami

Setkávání kultur

- Akulturační křivka

- Znázorňuje změny pocitů dlouhodobého pobytu v cizině
- **Euforie** - vzrušení poznání nového (krátkodobý pobyt)
- **Kulturní šok** - začíná skutečný život v cizině (viz výše)
- **Akultura** - učím se žít v nových podmínkách a pomalu roste sebedůvěra, integrace do nové sociální sítě
- **Ustálený stav** - domov, který je stále cizí, či jako doma, lepší než doma



Setkávání kultur

- Kulturní šok

- Stavíme na základních hodnotách - vštěpovány od narození -> jsou pro nás samozřejmé a jsou nevědomé -> na ty staví vědomé projevy kultury - rituály, symboly, hrdinové
- Jako cizinec se můžu naučit vědomé projevy, proniknout do nevědomých je obtížné
- Musí se učit od základů - rozhořčení, pocit bezmoci -> ovlivní i tělesné funkce
- Může trvat i rok při několikaletém pobytu
- Co jiná země, to další kulturní šok
- Část fáze akulturační křivky

- Kulturní šok naruby

- Při návratu zpět do rodné země/domova
- Pocit, že sem již nepatřím

Pojmy

- **Zvědavost -> etnocentrismus -> polycentrismus**
- **Etnocentrismus** - posuzují cizí/odlišné prostředí podle standardů své kultury
- hodnocení nepříznivé; názor, že kultura vlastní skupiny, je nadřazena kultuře jiných skupin; vnímání hodnot a norem vlastní skupiny jako jediných správných, užitečných a pravdivých; pravé kvality jiných kultur tudíž nejsou brány v potaz
- **Kulturní relativismus** (Hofstede užívá polycentrismus) - vychází z předpokladu, že jednotlivé kultury jsou jedinečné, které lze popsat a pochopit pouze v kontextu jejich vlastních hodnot, norem a idejí (=na cizí kulturu nahlížím jejíma očima)
- <https://www.stream.cz/jak-nas-vidi-svet/10019350-jak-se-tvari-cizinci-kdyz-po-prve-ochutnaji-typicke-ceske-chlebicky>

Menšiny, migranti a uprchlíci

Asimilace = příslušníci menšiny by se měli stát stejnými jako všichni ostatní a ztratit svoji odlišnost co nejrychleji

Integrace = příslušníci menšiny jsou akceptováni jako plnoprávní členové hostitelské společnosti a jsou podporováni v uchování si své vlastní kultury

(příklad Češi v zahraničí)

Problémy

- Z kolektivistických do individualistických
- Vzdálenost moci - neúcta ke starším, obezřetnost k autoritám
- Práce - otec x matka
- 1., 2., 3. generace

Jazyk a humor

Slova jsou prostředky, které nás omezují -> naše myšlení je ovlivňováno kategoriemi, pro které máme v našem jazyce slova (Inuité, memorování čínština)

“Jestliže byla angličtina dost dobrá pro Ježíše Krista, je dost dobrá i pro mne.”
(znevýhodnění aj/šj mluvících, čj chudí x nj bohatí)

Stejný jazyk neznamená stejnou kulturu. (struktura jazyka - rj x aj)

Vysokokontextuální a nízkokontextuální kultury

Smysl pro humor (pozor na ironii)

<https://www.stream.cz/jak-nas-vidi-svet/10028935-cizinci-hodnoti-ceske-filmy-zauj-mou-je-pelisky-kolja-anebo-samotari>

Kulturní dimenze a vyjednávání (s.254)

- Vzdálenost moci ovlivní stupeň centralizace struktury řízení a rozhodování a význam statutu vyjednávačů
- Kolektivismus ovlivní potřebu stabilních vztahů - výměna osoby znamená vytvoření nového vztahu a to chce čas
- Maskulinita - jednání posilující ego, konflikty se řeší demonstrací síly x feminní - kompromis, konsensus
- Vyhýbání se nejistotě ovlivní toleranci a důvěru; potřeba struktury rituálů během vyjednávání
- Dlouhodobá orientace - vytrvalost dosáhnout na požadovaný výsledek i za cenu obětí
- Vyjednávání
 - Vhled do kulturních hodnot
 - Jazykové dovednosti
 - Organizační dovednosti

Konkurenční výhody dimenzí (s. 258)

Tabulka 9.1 Konkurenční výhody různých kulturních profilů v mezinárodní soutěži

Vzdálenost moci (malá) Přijímání odpovědnosti	Vzdálenost moci (velká) Disciplína
Vyhýbání se nejistotě (slabé) Základní inovace	Vyhýbání se nejistotě (silné) Přesnost
Kolektivismus Oddanost zaměstnanců	Individualismus Manažerská mobilita
Femininita Osobní služby Výrobky na zakázku Zemědělství Potraviny Biochemie	Maskulinita Hromadná výroba Efektivnost Těžký průmysl Chemie Těžká chemie
Krátkodobá orientace Rychlé přizpůsobení se	Dlouhodobá orientace Rozvoj nových trhů

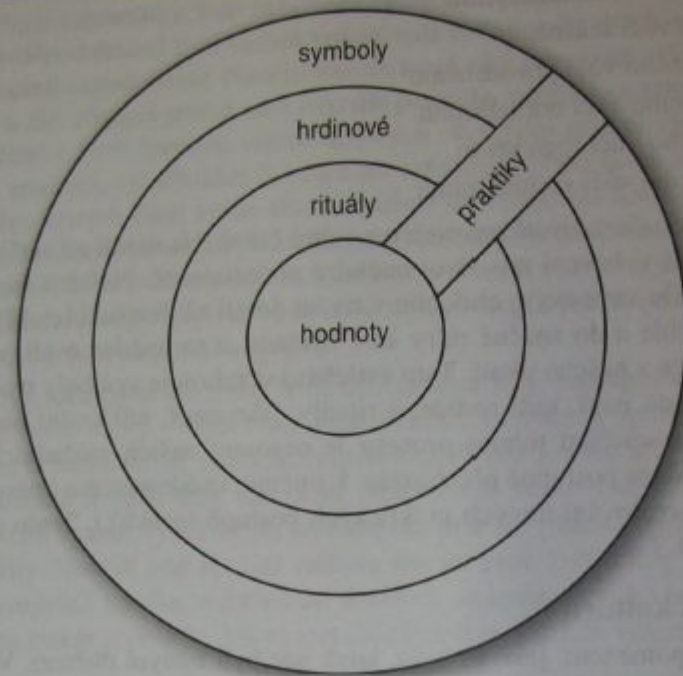
Kultura a marketing

- 1983 - článek Globalizace trhů - předpověď standardních značkových výrobků - univerzální marketing -> zpochybnění
- Oslabuje vztah k národnímu bohatství
 - vyhýbání se nejistotě (čistota a odborné znalosti) - koupě nového/ojetého auta
 - M x F (úspěch jako součást statutu) - počet aut v domácnosti
- Reklama - de Mooij (3400 reklam/11 zemí)
 - Kolektivistické země - v reklamě je více lidí
 - Vzdálenost moci - matka a dcera (kdo komu radí)
 - Barvy
 - <https://www.youtube.com/watch?v=LOf5VnS4HFs&fbclid=IwAR3kD1XcAHWyP2MMFWUQtIgeLfqpJm4Ts7Tp6LieYv24ETjB3V0h6FWtd8A>
 - <https://www.stream.cz/bizarni-japonsko/10008217-bizarni-reklamy>
- Reklama útočí na vnitřní motivaci kupců -> moderní ekvivalent mýtů a pohádek - souzní se softwarem lidské mysli
- Trh služeb - ještě méně globalizován, např. dávání spropitného (Mexiko x Čína)
<https://www.businessinsider.com/hate-tipping-here-are-12-countries-where-you-dont-have-to-2014-4>

Kultura a turismus

- Týdny v cizí zemi a nepoznáte místní kulturu -> zkreslené představy na úrovni symbolů (s. 17) (módní zboží, hudba,...)
- Přínos x vykořevení země turismem (ekonomika x tradiční kultura x ekologie)
- Rozrušení izolace kulturních skupin - vzájemné učení se jazyků, historie, osobní přátelství (převyšují klady nad zápory?)
- <https://zpravy.aktualne.cz/zahranici/vrazda-na-zakazanem-ostrove-domorodcu-belosi-jen-likviduji-d/r~f5b94c10ef1011e8bf040cc47ab5f122/?redirected=1544689896>
- http://www.catchnews.com/national-news/andaman-27-year-old-american-tourist-john-allen-chau-killed-by-protected-tribe-in-andaman-islands-seven-arrested-140766.html?utm_source=CatchNewsFacebook&utm_medium=Social

Obr. 1.2 „Cibulový diagram“ úrovní projevu kultury





































Soutěž o ceny

1. Mobilní telefony do ruky
2. Jdi na **Kahoot.it**
3. Zadej pin

<https://play.kahoot.it/#/?quizId=43a2692c-10bc-4b54-81dc-103d9e6182e5>

<https://www.stream.cz/bizarni-japonsko/10008217-bizarni-reklamy>



Odpočinkové svátky!