

Multikulturní rozdíly návštěvníků

Výuková skripta pro účastníky kurzu

Kateřina Venclová

Jiří Štyrský

Jiří Šípek



Multikulturní rozdíly návštěvníků

Výuková skripta pro účastníky kurzu

Kateřina Venclová

Jiří Štyrský

Jiří Šípek

Multikulturalismus jako problém, komunikace a etiketa
v odlišném kulturním prostředí, interkulturní rozdíly a jejich
překonávání v turismu

2013

Ministerstvo životního prostředí

Recenzent:

prof. PaedDr. Jaroslav Vencálek, CSc.

prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc.

Multikulturní rozdíly návštěvníků - výuková skripta pro účastníky kurzu.

Publikace neprošla jazykovou úpravou.

Za obsahovou správnost odpovídají autoři.

ISBN 978-80-87883-02-0

Pevně věříme, že díky přímým, spontánním a nezprostředkovaným kontaktům mezi muži a ženami různých kultur a životních stylů, představuje turismus živoucí sílu míru, přátelství a pochopení mezi lidmi celého světa.

(UN WTO, Santiago de Chile, říjen 1999)

Tento dokument byl vytvořen za finanční pomoci Revolvingového fondu Ministerstva životního prostředí. Za obsah tohoto dokumentu je výhradně odpovědný řešitel projektu prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc. a jeho autoři a nelze jej v žádném případě považovat za názor Ministerstva životního prostředí.

Ministerstvo životního prostředí

Obsah

1. Úvod	5
2. Metodické poznámky	7
3. Použité zkratky	7
4. Multikulturalismus	8
Multikulturalismus jako problém	8
Multikulturalismus a cestování.....	9
5. Kultura	12
Kultura jako zdroj identity	12
6. Kulturní odlišnosti	15
Zdroje odlišností.....	16
Příležitosti k využití kulturních odlišností.....	16
7. Kulturní šok.....	19
Fáze kulturního šoku	19
Prevence a překonávání	20
8. Práce průvodce v multikulturním prostředí	23
Motivace	24
Základní doporučení	24
9. Příprava specializovaného průvodce	27
Formy přípravy	28
Minimální přípravy průvodce	28
Příloha: Příklady nábožensky založených pravidel	33
Zdroje.....	34

1. Úvod

Skripta byla zpracována podle stejnojmenné publikace Venclová - Štyrský – Šípek (2013) s využitím jejích textů.

Na první pohled se může zdát, že v současném globalizovaném světě stačí k uspokojení všech skupin návštěvníků dodržování základních mezinárodně platných psaných i nepsaných pravidel slušnosti (z oblasti etiky i etikety) při využití lidskosti a taktu, které jsou založeny na všelidských hodnotách. Z praxe ale vyplývá, že z neprofesionální mezikulturní komunikace může vzniknout nepřehledné množství problematických momentů a drobných nedorozumění degradujících jak kvalitu prožitku návštěvníka, tak i prospěch obyvatel a subjektů v destinaci. Současně také nemusí být naplněn potenciál komunikace s návštěvníky jiných kultur, pokud není využito propojení výkladu průvodce, obsahu informačního letáku či zážitku zprostředkovaného průvodcem s kulturním prostředím návštěvníků. Pokud se průvodce se skupinou pohybuje v cizím kulturním prostředí, nerespektování vhodných forem a obsahu mezikulturní komunikace může vést k různé míře disharmonie až antagonismu hostitelské komunity vůči návštěvníkům.

Cílem těchto skript je seznámení se základními fakty a postupy, jejichž využitím se lze mnohým komplikacím nejen vyhnout, ale i využít znalosti kulturních rozdílů k lepšímu porozumění výkladu průvodce v provázené skupině, navázání přátelského vztahu s navštívenou komunitou a optimalizaci dopadů na všechny úrovně mezikulturní komunikace. Jejich zásadním posláním je oddělení předsudků a falešných stereotypních představ od skutečných multikulturních rozdílů, které lze brát jako nutná omezení nebo jich dokonce využít k vlastní kultivaci, učinit je předmětem zájmu, atraktivitou navštívené destinace a vycházet tak vstřícně doprovázeným klientům.

Jednou z důležitých myšlenek současného světa (a proto i tohoto textu) je **navaznost**. Tedy navazování, napojování se na to, co již bylo vytvořeno, co tedy tvoří a představuje kontinuum myšlení, názorů, postojů, byť se vyvíjejících. To je ovšem základní myšlenka možnosti spolupráce i různých kultur a kulturních zdrojů. Tím se jistě nepopírá existence a význam více či méně zlomových přechodů paradigmat, jak je známo z revoluční knihy Thomase Kuhna (Štruktúra vedeckých revolucií, 1982). Tak tedy i autoři těchto skript vědomě vycházejí ze svých dosavadních myšlenkových postupů a závěrů, jak se objevily v publikacích (Šípek, Úvod do geopsychologie, 2001), (Šípek & Štyrský, Kapitoly z geopsychologie, 2007) a zvláště v poslední monografii (Štyrský & Šípek, 2011), kde autoři využili zkušeností a názorů vysokoškolských studentů vyjíždějících do zahraničí v rámci výměnných pobytů ERASMUS. Zaujme-li tedy tato publikace čtenáře, může pokračovat v bádání právě tam.

Stále jasněji se ukazuje, že poznatky je třeba co nejvíce porovnávat, integrovat, a to tak, aby výsledkem byly nové a nejnovější možnosti a způsoby setkávání se se světem v celé jeho složitosti. A ta není rozhodně pouze geografická, nebo psychologická, nebo kulturní. Vždy je přítomno mnoho možných náhledů a také hodnocení. Kurz by proto měl nabídnout alespoň částečně komplexnější přístup k setkávání se světem a poskytnout k širšímu využití některá osvědčená metodická východiska. Již teď je jasné, že celou složitost postihnout nelze. Snahou je proto nastínit alespoň možnost spolupráce více oborů a společného zamýšlení.

2. Metodické poznámky

V každé kapitole těchto skript se účastník kurzu setká s těmito pasážemi:

Klíčové pojmy – definice nejvýznamnějších užívaných odborných termínů (vychází z výkladového slovníku pro cestovní ruch Zelenka, Pásková, 2012, není-li uvedeno jinak)

Struktura problému – poskytuje podklad pro orientaci v tématu, zjednodušuje zařazování nových informací

Text k zamyšlení – studijní text aplikačního nebo inspiračního zaměření

Otázky a úlohy – ověření nabytých kompetencí a podněty k dalšímu rozvíjení problematiky

Doporučené zdroje informací – texty rozvíjející témata nastíněná v kurzu a v k němu příslušející publikaci

Za pomoci těchto skript se účastník může na kurz připravit, orientovat se v jeho průběhu (případně si dle nich strukturovat poznámky) i pokračovat v samostudiu.

3. Použité zkratky

CA	cestovní agentura
CK	cestovní kancelář
CR	cestovní ruch
ČR	Česká republika
DMO	organizace destinačního managementu
IC	informační centrum
ICT	informační a komunikační technologie
MMR ČR	Ministerstvo pro místní rozvoj České republiky
MZV ČR	Ministerstvo zahraničních věcí České republiky
UN WTO	United Nations World Tourism Organisation

4. Multikulturalismus

Nestřílejte! Vždyť jsou tady lidi!

Josef Švejk

Klíčové pojmy

Multikulturalismus je myšlenkový směr zabývající se různorodostí kultur a optimalizací jejich soužití.

Akultura proces je změn kultury a společnosti vůbec v důsledku dlouhodobějšího či opakovaného styku kulturně odlišných společenských skupin, v němž jedna skupina má výrazně nižší technickou úroveň.

Transkultura kontakt a výměna mezi dvěma kulturami zhruba stejné komplexnosti a technické úrovně.

Pozitivní adaptace - budování respektu k zákonům, zvykům, kulturním vzorcům a komunikačním zvyklostem té společnosti, ve které se jedinec (zvláště dlouhodobě) nachází při zachování vlastní kulturní identity.

Struktura problému

Multikulturalismus jako problém

Zdroje

- zvětšující se rozdíly mezi životní úrovní států,
- zvyšující se migrace, uprchlictví, přistěhovalectví,
- neřízené soužití velmi odlišných kultur,
- přirozené dělení světa na my – oni,
- segregace (dobrovolné a nedobrovolné vydělování ze společnosti),
- zkreslené představy o cizí skupině,
- konkurenční prostředí,
- akultura nebo pozitivní adaptace?,
- v teorii bezbřehá tolerance, v praxi všudypřítomná diskriminace,
- svalování viny.

Řešení

- eliminace důvodů k masové migraci (efektivní rozvojová pomoc),
- menší mediální a globalizační tlaky na rozvíjející se země,
- vyšší nároky na přizpůsobování se přistěhovalců,
- stejná pravidla pro místní i přistěhovalce,
- omezování tvorby ghett a dalších způsobů dobrovolné i nedobrovolné segregace,
- důraz na vzdělávání (kontrolovaná školní docházka, kurzy pro dospělé),
- korekce představ, vymýcení předsudků a fobií,
- podpora tvorby společné lidské identity.

Multikulturalismus a cestování

Možnosti

- osobní kultivace, budování lidskosti,
- ekonomická podpora nerozvinutých regionů,
- zvyšování sebevědomí a hrdosti místních na kulturní a přírodní dědictví regionu,
- trénink multikulturního soužití,
- nalézání kulturních univerzálií,
- praktická zkušenost kulturního šoku.



Obrázek 1 - Každý člověk, kterého na svých cestách potkáváme, je svým způsobem zrcadlem nás samých. Indie (Foto: I. Tichá)

Text k zamyšlení

Jaroslav Jindra (2007) v knize Backpacker:

Domorodci na venkově jsou vstřícní a pohostinní, zejména v oblastech, kde je cizinec vzácností. Často máte u nich otevřené dveře a můžete se bez zábran zúčastnit různých obřadů a slavností. Turista sám je mnohdy exponátem a uvádí domorodce v úžas, nadšení nebo zděšení. Obyčejný úsměv otevírá dveře. Chování nezkušených turistů se ale může místních lidí někdy dotknout. Nejcitlivějším problémem je obvykle oblečení, tedy spíše jeho nedostatek, a určité zásady chování ve společnosti, které neznalí cizinci nevědomky porušují. Krátké kalhoty nosí děti, dospělý muž si získá vážnost jen v dlouhých nohavicích, tričko bez rukávů, které odhaluje ochlupení

v podpaží, není nejlepší vizitkou návštěvníka a odkrytá hlava žen v mnoha muslimských zemích rovněž.

Příslušníci odlišných kultur jsou často velmi družní lidé a nemají rádi samotu. Seznámit se s někým tedy není problém. Muži rádi navazují kontakt prostřednictvím cigaret. Zkušení cestovatelé nekuřáci proto u sebe nosí krabičku cigaret a někdy si pro pohodu zapálí společně s ostatními. K obvyklým otázkám patří, odkud jste, jaké je vaše náboženství, zda jste svobodní, případně kolik máte dětí. Pokud řeknete, že žádné nemáte, setkáte se se soucitnými pohledy. Rovněž i cestující páry opačného pohlaví by měly raději tvrdit, že jsou manžely, a to i v nemuslimských zemích. S nepochopením se setká i tvrzení, že nejste žádného vyznání. Proto bývá obvykle vhodnější tvrdit, že jste křesťané a to i na muslimské půdě.

Zdržte se kritických úsudků, zejména pokud jde o náboženství a místní zvyklosti. Nemáme právo soudit z pohledu panelákového „šťěstíčka“ potřeby, zvyky a touhy na druhém konci planety, tím méně se snažit vnucovat naše hodnoty jako jedinou správnou cestu k blaženosti a svobodě. Nám připadá jako projev nesvobody chodit zahalený, jim pro změnu nechutné a nevkusné některé naše zvyky, po jídání vepřového počínaje a tlíky s chlupatým podpažím konče.

Často máme falešné představy o nesvobodě muslimského světa. V mnoha zemích je základním zákonem islámské právo, podle kterého se pak soudí přečiny věřících, tedy ne cizinců. Za krádež tak hrozí useknutí ruky, za cizoložství ukamenování. To, co my vidíme jako nesvobodu, oni vnímají jako řád, který usnadňuje život a každodenní rozhodování, a cítí se nesvobodně mimo islám vytyčené mantinely. Svým způsobem jim můžeme závidět trvalý smysl života, který lidé západní kultury často nedokážou nalézt, ani se k němu přiblížit.

Otázky a úlohy

1. Vytvořte krátkou esej na základě tohoto výroku C. Levi-Strausse: *„Za současného stavu vědy nic nedovoluje potvrzovat intelektuální převahu jedné rasy nad druhou nebo nedostatečnost jedné oproti druhé.“*
2. Posuďte správnost tohoto výroku A. Kirbyho (komisaře pro Britskou východní Afriku z roku 1958): *„Jediný pokrok udělala východní Afrika za posledních šedesát let. Před tím to byla naprosto primitivní země, která v mnoha směrech zaostávala na úrovni doby kamenné.“*
3. Co by mělo být obsahem moderního a smysluplného multikulturního vzdělávání a výchovy?
4. Znáte někoho, kdo by mohl být považován za úspěšně adaptovaného cizince? Jak se projevuje jeho původní kulturní mentalita a čím se adaptoval na místní podmínky?
5. Čím může Evropana obohatit předkolumbovská kultura?
6. Uveďte příklady negativních dopadů akulturace.
7. Je slušnost místně specifická nebo globálně univerzální?
8. Znáte nějaké nesporné přínosy globalizace?
9. Jak lze Jungův citát: "Všechno, co nás irituje na druhých, nám může pomoci lépe porozumět sobě," využít v multikulturním cestovním ruchu?

Doporučené zdroje informací

- [1] MORGENSTERNOVÁ, M., ŠULOVÁ, L. a kol. (2007) Interkulturní psychologie: Rozvoj interkulturní senzitivity. Praha: Karolinum, 218 stran, ISBN 978-80-246-1361-1
- [2] JINDRA, J. (2007). Backpacker : Cestovatelské triky a příběhy. Kartografie Praha, 216 s., ISBN 978-80-7011-930-3

5. Kultura

Civilizace – moc nad světem.

Kultura – láska ke světu.

Antoni Kepiński

Klíčové pojmy

Kultura je bytostně lidská reflexe vlastního bytí a jeho interakce s okolním světem, jeho antropogenními a přírodními aspekty v kontextu světového vývoje i lidské historie (včetně efektu vzájemného ovlivňování kultur) a podle Akademického slovníku (AKAD, 1998) je kultura souhrnem duchovních a materiálních hodnot vytvořených lidstvem v celé jeho historii (i prehistorii) i tvořených v současnosti. V užším významu označení uměleckých výtvorů a jejich dědictví.

Národní kultura je systém zkušeností, naučených vzorců chování a hodnot, sdílených obyvateli stejné národnosti (Kottak, 1991).

Mezinárodní kultura je označení kulturních tradic, které přesahují národní hranice.

Ideální kultura je to, co lidé říkají nebo si myslí, že by mohli nebo budou dělat.

Reálná kultura zahrnuje chování a způsoby myšlení, přístupů, jak se projevují v reálném životě.

Struktura problému

Kultura jako zdroj identity

Odlišnosti v chápání pojmu

- nejširší chápání – vše, co nás odlišuje od zvířat,
- zúžené chápání – např. jako umění, kulturní události, tradice,
- specifické chápání – civilizační, náboženské, dějinné či geografické dělení kulturních celků (arabská kultura, křesťanská kultura, mayská kultura, karibská kultura),
- kulturnost jako míra kultivace osobnosti – např. kultura projevu, profesní kultura.

Funkce kultury

- zdroj prvotní socializace (enkulturace),
- základní duchovní, materiální i normativní výbava jedince,
- interpersonální a mezigenerační zprostředkování hodnot a technik,
- zdroj vědomí lidskosti, kulturní příslušnosti, jedinečnosti,
- adaptace přírody (krajiny, světa) do lidských rozměrů,
- tvorba a zprostředkování pocitů, emocí, prožitků...

Text k zamyšlení

Vcelku nelze pochybovat, že umění vytváří příhodný „můstek“ spojující kulturní oblasti a může napomáhat vyrovnávání eventuálních kulturních nedorozumění, napětí apod. Za všechny podobné názory si zde ocitujme myšlenky skladatele Paula Hindemitha (2008).

Hindemith (2008) si všímá psychologického významu ansámblového zpěvu a plnění potřeb družnosti lidí. Upozorňuje na drobné, spíše nenápadné akce, které ale naplňují společenské cíle spolehlivěji, než tomu bývá u masových kulturních událostí. Tato Hindemithova poznámka má tedy zajímavé souvislosti. Odkazuje právě na fakt, že naše setkávání s ostatními lidmi a obecně s kulturou se děje spíše na té mikro – úrovni. Jinými slovy: živě poznávat svět znamená spíše setkávat se s lidmi, kteří na nás reagují a na které zase reagujeme my. A to lze těžko zajistit nějakým globálním řešením, více či méně odbornými výklady, teoretickými rozbory apod.



Obrázek 2 – Intuitivní multikulturní hudební uskupení vzniklé na jeden večer z hudebníků rozmanitých národností. Tbilisi, Gruzie (Foto: J. Lička)

Psychologie hovoří o fenoménu malé skupiny, sestávající v průměru ze sedmi osob. Proč tento počet? Zkušenost ukazuje, že to je množství, při kterém si přítomní jsou stále ještě vědomi ostatních, mají šanci postřehovat jejich přítomnost a jejich chování. No a to je také zhruba ono množství zpěváků v ansámblu. Jiné to je již ve velkém pěveckém sboru. *„Příčinou této družnosti je odvěká touha po lidské vřelosti a sympatiích, které nikdy nemůže poskytnout státem*

pořádané masové hnutí a bez které by podobná masová hnutí nakonec pozbyla veškerou svou hnací sílu. Jestliže některé teorie politiky vyhlásují masová hnutí za naplnění lidské touhy po vzájemném porozumění, nutno podotknout, že podobné teze platí pouze v dobách, kdy je kultura na nízké úrovni. Opravdového uspokojení této touhy se dosahuje dobrovolným spojením jedinců, kteří pak svůj svazek mohou přenést na pole všelidského společenství“, píše Hindemith (2008).

Otázky a úlohy

1. Vyhledejte v literatuře a geograficky zařad'te: Aksúm, Engaruka, Azánská civilizace.
2. Vyhledejte si definice těchto pojmů a srovnejte: kulturní relativismus, kulturní uzavřenost, kulturní výjimečnost.
3. Sledujte své každodenní prožívání vlastní kultury. Jak asi budou její artefakty vnímány v historickém kontextu?
4. Pokuste se identifikovat hranice vašeho pocitu kulturní sounáležitosti. Kde se ještě cítíte mezi svými a co je pro vás už cizí?
5. Vzpomeňte si na konkrétní prožitek vyvolaný uměleckým projevem vaší kultury. Jakou roli v něm sehrála znalost širšího kulturního kontextu a jakou přímé mezilidské sdílení?
6. Jak ovlivňují charakter regionální kultury geologické a biologické podmínky? Uveďte konkrétní příklady.

Doporučené zdroje informací

- [1] CÍLEK, V. (2006): Krajiny vnitřní a vnější. Druhé, doplněné vydání. Dokořán. ISBN 80-7363-042-7
- [3] HINDEMITH, P. (2008): Skladatelův svět : Jeho obzory a hranice. Praha: AMU, 1. vyd., 248 s., ISBN 978-80-7331-132-2
- [2] RUSKOVÁ, D. (2005): Přehled evropských dějin kultury a umění. Kapitoly o kultuře chování a jednání. 3. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 136 s. ISBN 80-7041-499-5

6. Kulturní odlišnosti

Svět je nepředstavitelně pestrý a není možné ho celý poznat ani za sto životů. Právě ta nevyčerpatelnost forem života a kultur mne na něm tolik láká.

Jaroslav Jindra

Klíčové pojmy

Národní mentalita je způsob myšlení, postojů a hodnot, propojený s historickými souvislostmi a determinovaný prostředním (výchovou, náboženstvím, tradicí, právním systémem). Národní mentalita vytváří základ pro společenský styk a může se odrazit i v obchodním jednání a v cestovním ruchu obzvláště. (Rusková, 2005)

Kulturní diverzita je míra rozmanitosti kultury, jež představuje podstatu a hlavní motivaci kulturního cestovního ruchu. Je do značné míry dána geologickou a biologickou rozmanitostí. Je součástí motivace poznávacího CR a dalších forem CR a je jedním z předpokladů rozvoje lidské populace. Rozmanitost mezinárodní kultury i národních kultur spočívá v množství svěbytných subkultur, představujících souhrn sdílených hodnot a tradic, vzorců chování, způsobů výchovy, rituálů a dalších nepsaných norem, jež je vlastní určité komunitě, hospodářsky (třídní kultury), sociálně (profesní, cechové kultury), nábožensky či etnicky odlišnému společenství osob. Etnické subkultury jsou motivací etnického CR, náboženské subkultury motivují k religióznímu CR atd. Kulturní diverzita může být při rozvoji cestovního ruchu jak posílena, tak i ohrožena zvláště procesem akulturace a eroze hodnot, kulturní asimilace, komercializace zdrojů CR a folklorizace.

Etiketa jsou pravidla společenského projevu, forma kontaktu osob. Při určitých společenských příležitostech bývá formalizována – dvorní etiketa, společenský protokol a diplomatický protokol.

Společenský protokol je souborem nepsaných i psaných pravidel, která jsou dodržována v dané společnosti při různých příležitostech (běžný společenský kontakt, společenská akce apod.). Je kulturně, geograficky (klíma, dostupnost území aj.) i historicky podmíněn, rozdíly ve společenském protokolu jsou součástí interkulturálních rozdílů.

Struktura problému

Zdroje odlišností

Prvky národní mentality

- povědomí historie vlastní země a národa,
- národní hrdost a vztah k ostatním národům,
- mezinárodní a mentální význam národa,
- jazyk a další formy komunikace (vč. zvyklostí fyzického kontaktu, smyslu pro humor),
- vztah k náboženským tradicím,
- právní řád a společenský systém,
- hierarchické uspořádání.

Náboženství

- přístup k životu (smysl existence),
- náboženské normy a zvyklosti.

Praktický život

- stravování,
- hygiena,
- doprava,
- režim dne (vč. prožívání plynutí času),
- budování a udržování mezilidských vztahů.

Příležitosti k využití kulturních odlišností

- budování úcty a obdivu ke kultuře,
- možnost vyjít vstříc místním obyvatelům a návštěvníkům,
- prevence faux-pas a kulturního šoku,
- příležitost k citlivému srovnávání,
- bourání stereotypů,
- vlastní požitky z prožívání jinakosti.

Text k zamyšlení

Není náhoda, že jednou z nezbytných stránek kultury a civilizace je právě náboženství. Na tomto místě se tzv. ateisté mohou ptát, proč jsou náboženství tak celosvětově rozšířena a co vlastně lidem dávají. Je to asi potřeba víry obecně. I ten nejopravdovější ateista tuto potřebu víry také má, jen se u něj projevuje v jiné podobě, např. jako víra ve spravedlnost, poznatelnost, optimistickou vizi budoucnosti. Tato rovina pochopení podobnosti je v tomto případě důležitým mezikulturním tmelem, mostem pro vhled do myšlení, pocitů a způsobu prožívání druhého. Mezi další palčivé problémy, které se snaží náboženství řešit, jistě patří problém života a smrti, smyslu konečnosti pozemské lidské existence (či naopak možnosti převtělování), problém existence (nebo neexistence) nějakého kontrolního mechanismu, který „bdí“ nad normami lidského chování, problém naděje a nahodilosti, problém osudu. Ale člověk musí ocenit i průvodní jevy každého náboženství. Kouzlo, monumentalitu a citovou hloubku náboženských obřadů, umění inspirované náboženstvím, kouzlo, vznešenost, majestátnost

a jistou posvátnost náboženských staveb, náročnost a nápaditost náboženské symboliky a nakonec i společenský vliv církví a náboženských hnutí. Můžeme konstatovat, že náboženství je systém citů, představ a chování, který vychází z přirozených duchovních potřeb člověka. Zbožnost je záležitost spíše citového prožívání vztahu mezi člověkem a bohem (bohy). Náboženství proto nevstupuje do cestovního ruchu jen jako zdroj kulturních zajímavostí, ale také jako připomínka vlastních duchovních potřeb a pobídka hledání jejich naplnění (motivace cestování, putování).

Náboženství - spiritualita, tak vlastně patří mezi kulturní universalia podobně jako jazyk (řeč i písmo), rodina (včetně manželství a norem platných pro výchovu dětí), majetková práva, tabu, umění (tanec, zdobení těla), hygienická pravidla, schopnost a potřeba obdarovávat a dary přijímat, smysl pro humor. Když k tomuto výčtu přidáme ještě platnost jistých kulturních principů ve smyslu morálních a kulturních norem v podobě existence svobodné vůle, schopnosti rozlišovat mezi dobrem a zlem, nepřípustnosti zabíjení, úcty k rodině a rodičům, aktivního prosazování tolerance a soucitu, potom máme před sebou svět lidí, kterým je možno porozumět a mezi kterými by mohla být radost žít! Právě vzdálení se od těchto principů vede k neporozumění, intoleranci, xenofobii, náboženskému fanatismu, ztrátě morálních norem a dalším jevům, které brání rozumnému soužití.

Otázky a úlohy

1. Uveďte příklady náboženských odlišností ovlivňujících každodenní život.
2. Jak je možné, že s postupující globalizací stoupá význam kulturních odlišností?
3. Jak může průvodce ovlivnit respekt návštěvníků k odlišným kulturním zvykům navštívené komunity?
4. Kde je pro vás hranice příjemné a nepříjemné jinakosti, kulturní odlišnosti?
5. V čem se odlišují vám známé subkultury od většinového kulturního prostředí?
6. Jaký je rozdíl mezi kulturními univerzáliemi a prvky globalizované mezinárodní kultury?
7. Co je to kulturní kontext (angl. cultural background)? Uveďte příklad rozdílnosti hodnocení konkrétních jevů člověkem znalým a neznalým kulturního kontextu.

Doporučené zdroje informací

- [1] BUCHTOVÁ, B., POKORNÝ, J. (2004): Podnikání a kulturní odlišnosti. Brno: Masarykova univerzita 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2004. 248 s. ISBN 80-210-3490-4
- [2] GULLOVÁ, S. (2011) Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol. 2. přepr. vyd. Praha: Grada Publishing, 256 s. ISBN 978-80-247-3777-5
- [3] PICHANIČ, M. (2004): Mezinárodní management a globalizace. Praha: C. H. Beck, ISBN 80-245- 0421-9
- [4] ŠRONĚK, I. (2001): Kultura v mezinárodním podnikání. 1. vydání Praha: Grada, 167 str., ISBN 80-247-0012-3

7. Kulturní šok

Zážitky nemusejí být vždy příjemné, hlavně když jsou silné!

cestovatelská moudrost

Klíčové pojmy

Kulturní šok je psychická, popř. i fyzická reakce (stres, úzkost, únava, strach, bolest hlavy, střevní potíže atd.) při setkání cestující osoby s cizí kulturou, velmi odlišnou od vlastní kultury. V cestovním ruchu může kulturní šok pocítit návštěvník i místní obyvatel. Zpravidla je zkoumán a uváděn kulturní šok návštěvníka při návštěvě určitého místa či oblasti, který se projevuje, pokud se společenské prostředí destinace liší od obvyklého společenského prostředí návštěvníka v aspektech, které jsou pro návštěvníka podstatné (zpravidla místní kuchyně – suroviny a způsob jejich přípravy, kultura stolování, kultura dopravy, hygiena, etické a estetické normy, hodnotový systém, náboženství, pravidla chování, životní styl, denní rytmus, denní režim). Účastníci cestovního ruchu by měli mít maximum informací o společenském prostředí destinace, aby se vyhnuli nebo snížili intenzitu výše zmíněných reakcí a předešli případným konfliktům s rezidenty či vytváření poptávky po sekundárních zdrojích cestovního ruchu, které snižují autenticitu destinace. Míra kulturního šoku (či jeho projevení se vůbec) souvisí vedle kvality přípravy na cestu také s mírou předchozích životních i cestovatelských zkušeností návštěvníka, typem (segmentem) návštěvníka a související velikostí jeho environmentální bubliny, míře a typu (např. hygienické či stravovací návyky, gendrová role ve společnosti) odlišnosti kultur apod. Podle JAFARI ED. 2000 jsou příčinami kulturního šoku především ztráta společenské role, ztráta jednoduchosti verbální a nonverbální komunikace a vlastní nápadné kulturní rozdíly.

Kulturní adiafora je způsob, jak se smí, resp. jak je obvyklé, že se chová cizinec v určité komunitě (podle PRESNER 1991).

Struktura problému

Fáze kulturního šoku

Fascinace

- okouzlení, obdiv,
- novost vjemů,
- vliv předchozího očekávání (těšení se).

Frustrace

- konflikt s kulturními odlišnostmi,
- zahlcení vjemy (někdy též nedostatečná stimulace - nuda),
- oslnění vědomí nesplněnými očekáváním.

Smíření

- akceptace nutnosti kulturní adiafory,
- přizpůsobení vlastní normy pro intenzitu vjemů,
- počátek chápání reality takové, jaká je (nezkreslené očekáváními).

Prevence a překonávání

Možná preventivní opatření

- studium teoretických východisek,
- diskuse se znalci navštěvovaného prostředí,
- přípravná návštěva destinace (zmírnění, zrychlení průběhu kulturního šoku opakováním),
- pobyt v přechodném prostředí (např. v hotelu západního stylu, globalizovaném městě nebo naopak v rodinné atmosféře penzionu, vesnice),
- budování důvěry v průvodce.

Překonávání kulturního šoku

- bezprostřední kontakt s místními obyvateli (povýšení univerzality lidskosti nad kulturní odlišnosti),
- přechodný útěk do osobní nebo globální kultury,
- využití média k získání zdravého nadhledu („pohled přes hledáček fotoaparátu“, psaní deníku, výtvarné vyjádření).

Text k zamyšlení

Ivan a Iva Brezinovi uvedli v časopise Kalimera (Brezina & Brezinová, 2001):

Kulturní šok (CESTA NA VÝCHOD)

Připravte se na to, že na cestě prožijete mnohokrát psychology popsany kulturní šok, který je přirozenou adaptační reakcí na cizí kulturu. Nevyhne se nikomu, u každého ale přichází různě rychle: Někdo si jej prožije v prvních dnech příjezdu do cizí země, jiný třeba až za dva měsíce. Nejsou proti němu imunní ani zkušení cestovatelé a pokaždé, když se vydáte na cestu, jej prožijete znovu.

Průběh kulturního šoku je vždy stejný a lze v něm rozlišit tři fáze. První fází, navazující na období cestovních příprav, těšení a očekávání je nekritické nadšení, euforie a fascinace cizí kulturou. Po příjezdu do vysněné exotické země vám ve srovnání s vaším domácím světem bude vše připadat nové, fantasticky barevné, zajímavé, voňavé a skvělé. Domorodci se vám budou zdát mnohem otevřenější, přátelštější a srdečnější než všichni ti studení a nudní lidé, kteří vás obklopují doma. Budete oslněni jejich úžasnou asijskou filozofií a budete snít o tom, jak by to bylo skvělé, kdyby ten moudrý východní přístup k životu přejali i všichni sousedé u vás doma na Žižkově.

Druhou fází kulturního šoku je vystřízlivění, frustrace a deprese. Zatímco v předcházející fázi jste viděli jen kladné stránky cizího světa, teď se to zrcadlově otočí: začne se vám zdát, že cizí kultura vůbec nerozumíte, že je všude špína, všichni domorodci jsou hloupí, záludní a zlí a neustále se vás snaží okrást. Jídlo bude moc pálivé, autobusy přeplněné, uvědomíte si, že je vám horko, že štípou komáři...

Slabší povahy (i mezi námi takoví byli) se uzavírají do sebe, propadají depresi, urychleně kupují letenky a prchají domů, i když původně plánovali mnohem delší pobyt. Tito lidé pak doma na setkání vyprávějí historky o špinavé Asii plné nebezpečí a nemocí, kde se nedá žít.

Jak kulturní šok léčit? Po nějaké době frustrace odezní sama, lze tomu ale napomoci. Zastavte se na nějakém příjemném místě, zajděte si do kvalitní dražší restaurace na evropské jídlo, zatelefonujte domů, přečtěte si noviny se světovým zpravodajstvím, poslechněte walkmana s českými kapelami. Někomu se jako léčba osvědčilo pořádně se opít až ztřískat a ráno se probudit sice s kocovinou, ale bez psychických problémů. Krize za pár dní přejde a teprve v třetí fázi, po odeznění kulturního šoku, uvidíte svět kolem sebe takový, jaký opravdu je. Přesto vás jednotlivé fáze kulturního šoku poznamenají: mnoho lidí si po jeho absolvování vyvine k domorodcům psychologicky zajímavý vztah, v němž se neoddělitelně mísí láska s nenávistí. Indy lze nenávidět pro jejich hlučnost, vlezlost a nečistotnost a zároveň je milovat za jejich otevřenost, pohostinnost a stálou snahu pomoci. Buďte také připraveni na to, že po návratu domů prožijete všechny fáze kulturního šoku znovu. Tentokrát vás ale bude střídavě fascinovat a štvát vaše vlastní kultura a bude se vám stýskat po Asii a jejích obyvatelích.

Než si na jiný svět kolem sebe zvyknete, čeká vás také psychická únava. Pramení ze dvou důvodů. Prvním je absolutní nedostatek soukromí - ulice asijských měst jsou ve srovnání s Evropou přeplněny přelévajícími se masami lidí, v autobusech a vlacích se nedá pomalu ani stát, všichni se na sebe tlačí a tisknou. Druhým atakem na nepřipravenou západní psychiku je přemíra nových vjemů. Prvních pár dní po příjezdu do Asie stačí chodit dvě hodiny ulicemi Dillí, Pekingu, Bangkoku či Jakarty (kde na člověka útočí pokřikující prodavači, žebráci, cinkající rikši, troubící taxíky, desítky zápachů a vůní a tisíce dalších novinek), abyste zbytek dne strávili zcela psychicky vyčerpaní s třešticí hlavou na lůžku v hotelu. Situace se ale většinou brzo upraví sama.



Obrázek 3 - Aktivní účast na poznávání reálií přispěje vlastnímu prožitku i přijetí místními. Indie (Foto: P. Tichý)

Otázky a úlohy

1. Je podle vás český „preventivně pesimistický“ přístup k odlišným kulturám efektivní obranou proti kulturnímu šoku? Obhajte svůj názor.
2. Máte vlastní ozkoušenou techniku vypořádávání se s kulturním šokem?
3. Zažili jste někdy kulturní šok po návratu do vlasti?
4. Jak může průvodce pomáhat klientům v překonávání kulturního šoku? Uved'te konkrétní příklady.
5. Jaké jsou nejčastější zdroje kulturního šoku v České republice? Jak na ně návštěvníky připravit?
6. Jsou pro vás osobně zdroji frustrace spíše zásadní kulturní odlišnosti nebo drobné každodenní odchylky od navyklých způsobů?
7. Kde je rozumná hranice mezi schováváním se za fotoaparát (přijímání role reportéra) a autentickým prožíváním? Mohou některé formy záznamu prožitek účastníka zintenzivňovat?

Doporučené zdroje informací

- [1] ŠÍPEK, J., ŠTYRSKÝ, J. (2007): Kapitoly z geopsychologie. Hradec Králové: Gaudeamus, 1. vyd., Hradec Králové: Gaudeamus, 152 str. ISBN 978-80-7041-813-0

8. Práce průvodce v multikulturním prostředí

Existuje teorie, která tvrdí, že kdyby jednou někdo přišel na to, k čemu vesmír je a proč tu je, vesmír by okamžitě zmizel a jeho místo by zaujalo něco mnohem bizarnějšího a nepravděpodobnějšího. Existuje jiná teorie, která tvrdí, že už se to stalo.

Douglas Adams

Klíčové pojmy

Socio-kulturně únosná kapacita je kapacita území, představující hranici rozvoje cestovního ruchu, při jejímž překročení aktivity cestovního ruchu způsobují v místní komunitě nevratné negativní změny. Zpravidla dochází k narušení lokálního životního stylu, postupné ztrátě kulturní identity a změně v hodnotové hierarchii.

Xenofobie je iracionální, podvědomý strach a obavy z cizinců, jiných ras, neznámých míst. Cestovní ruch na jednu stranu přispívá k překonávání xenofobie vyplývající z neznalosti a historické, politické, ekonomické nebo společenské izolovanosti. Na straně druhé ji zvyšuje zejména při vysokém rozdílu v životní úrovni (nadřazený způsob chování návštěvníků daný jejich vyšší kupní silou) a v kulturním a sociálním prostředí návštěvníků a hostitelské komunity, při nepochopení druhé komunity, jako důsledek negativních zkušeností rezidentů s návštěvníky či s rozvojem cestovního ruchu atd. Xenofobie může narůstat při překročení socio-kulturně únosné kapacity. Vyhraněná xenofobie může přerůst až v terorismus, zaměřený na návštěvníky (Egypt, Indie, Indonésie).

Genius loci je ucelený souhrn (ne)hmotných projevů historie i současnosti lokality, jedinečný a neopakovatelný, vytvářející svou kontinuální interakcí s duchovním světem návštěvníka nebo rezidenta – jeho vícerozměrný dynamický vjem z dané lokality. Hledání a setkávání, ne pouhé navštěvování, vytváří podmínky pro dialog s geniem loci místa. Pozitivní genius loci motivuje návštěvníky k opakované návštěvě. Volně podle ŠÍPEK (2001), ZELENKA A KOL. (2008): atmosféra místa, která vzbuzuje ve většině jeho návštěvníků či obyvatel podobné, neobvyklé, zpravidla příjemné pocity. Genius loci však může být i negativní, může vzbuzovat pocity smutku, strachu i tísně (dark tourism). Psychologicky obtížně definovatelný jev tvořený řadou momentů: přírodní lokalitou, kulturním ztvárněním, určitou historickou událostí, atmosférickými podmínkami, roční dobou, ale i aktuálním psychickým a fyzickým vyladěním člověka. Při návštěvě takového místa mívají lidé pocit neopakovatelnosti, vznešenosti, záhadnosti, mystičnosti, splynutí s místní krajinou či komunitou, oslovení neobvyklým malebným a civilizaci vzdáleným místem, překvapivé a hluboké harmonie přírody a lidské komunity, návratu do velmi vzdálené minulosti Země. Genius loci bývá zabarvován hodnotami, se kterými je spjatý. Původ slova v antickém Římě (ochranný duch určitého muže nebo místa, KOCH 1971).

Struktura problému

Motivace

Průvodce jako objekt i subjekt motivace

- nejúčinnějším zdrojem motivace klientů je vlastní motivace průvodce,
- radost ze sdílení,
- fascinace prezentovanou kulturou.

Průběh motivace

- identifikace nedostatku,
- vzbuzení touhy,
- ocenění při prvních krocích (zvědavosti, zájmu),
- jasná vidina cíle,
- zkušenost úspěchu.

Základní doporučení

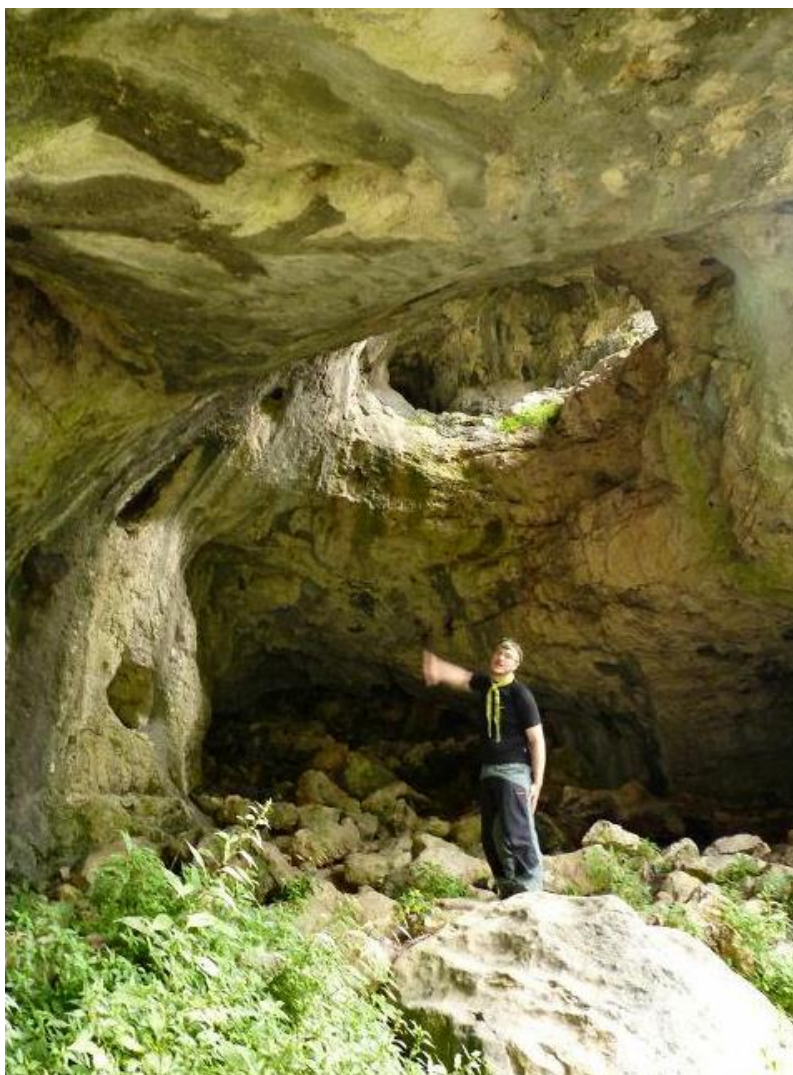
- individuální přístup,
- respektování zájmu většiny,
- role tlumočníka mezi rovnoprávnými kulturami.

Výklad

- přizpůsobený klientům,
- vhodná volba míry odbornosti, místa, gest, rychlosti řeči, slohu,
- forma příběhu pro předání kulturního kontextu,
- schopnost nechat génia loci a kulturní dědictví promlouvat ke klientům.

Text k zamyšlení

Geopsychologií je ve světové literatuře od šedesátých let nazýván obor, který spojuje psychologii a geografii zahrnujíc přitom působení času a prostoru na chování a prožívání člověka při cestování, putování, turistice. Průvodci skýtá tato disciplína především poučení, jak pracovat s nejdůležitějším geopsychologickým jevem, který bývá nazýván duch místa či génius loci. Cílek (2007) jej popisuje těmito slovy: „*Genius loci je něco podobného jako „krajinný ráz“, ale je ještě méně uchopitelný. Asi nejlepší definice ducha místa je to, že je důvodem, který neumíme pojmenovat, ale kvůli kterému se vracíme.*“ Tento duchovní aspekt prostředí je proto významným zdrojem cestovního ruchu a zároveň motivací k opakované návštěvě. Průvodci je přitom dána příležitost svým přístupem a výkladem přímo ovlivnit výsledné vyznění – zprostředkovat komunikaci mezi prostředím a osobností návštěvníka. Je přitom na místě, aby sám duch místa nejen vnímal, ale také respektoval a vystříhal se jeho přehnané komercializace. „*Respektovat genia loci přitom neznamená kopírovat staré modely, ale určit, v čem spočívá identita místa a interpretovat ji vždy novým způsobem.*“ (Norberg-Schulz, 1994) „*Při rozvoji každého města i každé krajiny, je nutné zvážit, jaký je jejich genius loci, abychom bezmyšlenkovitě nepoškodili samotný základ duchovní kostry krajiny.*“ (Cílek, 2007)



Obrázek 4 – Dovést návštěvníka ke „komunikaci“ s neznámou neživou přírodou patří mezi největší výzvy průvodcovství, Rumunsko (Foto: B. Wirnitzerová)

Cílek (2007) dále píše: „*Existuje souvislost mezi naším vnitřním světem a okolní krajinou ... Místa jsou zrcadly některých částí nás samých, jsou to nitky vedoucí k příběhům, tajemstvím.*“ Je proto zřejmé, že „zrcadlení“ je pro nás snazší u míst, která nám jsou nějakým způsobem vlastní – jejichž příběh k nám přirozeně promlouvá. Role průvodce interpretujícího prostředí, které je turistovi zcela neznámé a kulturně cizí, je tedy často komplikovaná nesrozumitelností vjemů, kterými krajina nebo místo k návštěvníkovi hovoří. Pokud se ale podaří tuto komunikaci (či přímo vztah) mezi místem a jeho návštěvníkem navázat, bývá tato snaha odměněna hlubokými prožitky, které činí nezaměnitelnými právě ona úspěšně překonaná kulturní vzdálenost. Mnohdy je takové souznění podmíněno vlastní duchovní proměnou – určitým zpomalením, spočinutím, které člověka naplní vědomím monumentality místa, světa a vesmíru, jejichž jsme pokornou součástí.

Otázky a úlohy

1. Jakou motivaci může mít člověk, rozhodne-li se stát se průvodcem zahraničních návštěvníků ve své vlasti?
2. Jak byste jako průvodce zahraničního zájezdu řešili nesouhlas s názorem místního průvodce?
3. Vyhledejte v literatuře nebo navrhněte konkrétní opatření pro optimalizaci prožitků návštěvníka (aby měl po návratu ze zájezdu dobrý pocit).
4. Jaké jsou podmínky toho, aby byl cestovní ruch socio-kulturně udržitelný?
5. Jaké formy a slohy výkladu můžete klientům nabídnout?
6. Popište, jak na člověka působí posvátná místa (nejlépe na příkladu vlastního zážitku z kostela, synagogy, mešity ...)
7. Vyberte ve své oblíbené destinaci neprávem opomíjené působivé místo a spojte jej s autorským nebo v literatuře vyhledaným příběhem.
8. Diskutujte motivaci a význam dark tourismu. Které destinace by bylo možné pro tento směr objevit?
9. Uveďte konkrétní případ, kdy lze náročnou situaci interpretovat jako dobrodružství.

Doporučené zdroje informací

- [1] Cílek, V. (2007): Makom: kniha míst. Praha: Dokořán, 2. vydání, 300 str., ISBN 978-80-7363-120-8
- [2] NORBERG-SCHULZ, CH. (1994): Genius loci. K fenomenologii architektury. Odeon, Praha, ISBN 80-207-0241-5, 218 str.
- [3] ZELENKA, J. a kol. (2007): Průvodce cestovního ruchu. Gaudeamus Hradec Králové, 115 str., 3. vydání, ISBN 978-80-7041-189-6

9. Příprava specializovaného průvodce

Vést druhé předpokládá projít cestu jako první.

Pavel Kosorin

Klíčové pojmy podle Zelenka – Pásková (2012):

Místní průvodce – průvodce CR, který nejčastěji jako místní obyvatel je zpravidla zaškolen a specializován na provázení v konkrétní lokalitě a podávající odborný výklad. Může provázet po kulturní či přírodní atraktivitě CR, může být specializován na určitý typ výkladu (např. průvodce po geoparcích). V ČR např. místní průvodci na Graselových stezkách, v geoparku Český ráj, na Šumavě.

Odborný průvodce – průvodce CR podávající návštěvníkům odborný výklad o kultuře, historii, atraktivitách CR, hudbě, geologických jevech, místní kuchyni aj.

Specializovaný průvodce – průvodce vyškolený, trénovaný nebo vzdělaný pro určitou oblast aktivit nebo odborného výkladu (tematicky nebo regionálně, místně). Mezi specializované průvodce patří horský vůdce, sportovní instruktor, regionální nebo místní průvodce (např. průvodce po Praze, po geoparcích, po chráněných územích), průvodce přírodou, průvodce na hradech a zámcích, v muzeích, galeriích atd.

Technický průvodce – zástupce touroperátora (cestovní kanceláře, který se stará o průběh zájezdu podle stanoveného programu, kontroluje množství a kvalitu dodaných služeb a podporuje jejich poskytování účastníkům zájezdu, neposkytuje odborný výklad (volně podle NČSN, 2004). Může být přítomen u pobytového zájezdu pouze během dopravy skupiny do místa pobytu (případně provádí i ubytování skupiny v místě), poté přebírá vracející se skupinu – pak je označován jako pendlující průvodce.

Informační minimum tvoří základní informace o dané zemi zahrnující následující údaje: rozloha a počet obyvatel, přírodní podmínky, historie, politické zřízení, ústavní činitelé státu, státní symboly, administrativní členění, příroda, obyvatelstvo, hospodářství, obchod, sociální politika, zdravotnictví, kultura, náboženství, zahraniční vztahy, měna, světová prvenství a známé osobnosti, dějiny, zajímavosti atd. Tyto informace jsou předávány průvodcem CR účastníkům zájezdu, jsou obsaženy v kvalitních propagačních materiálech, v kvalitních katalozích cestovních kanceláří, na webových stránkách centrál CR, v tištěných průvodcích cestovního ruchu, nebo jsou samostatnou publikací zpravidla vydanou národní centrálou CR.

Struktura problému

Formy přípravy

Institucionální

- základní informace a orientace,
- metodika získávání, třídění a předávání informací,
- motivace k dalšímu rozvoji.

Celoživotní

- kulturologický rozvoj,
- aktivity blízké tématu (cestování, přednášky, interkulturní setkávání),
- udržování aktuálnosti obecného přehledu,
- cvičení jazykových a rétorických dovedností.

Operativní

- informační minimum,
- kulturně informační minimum.

Minimální přípravy průvodce

Informační minimum

- příprava průvodce zahraničního zájezdu,
- aktualizace celoživotní přípravou získávaných poznatků,
- orientace, podklad pro výklad.

Kulturně informační minimum

- seznámení místního průvodce s kulturou návštěvníků,
- možnost citlivého porovnání zemí, národů, kultur,
- cílem prevence kulturního šoku a optimalizace prožitků návštěvníků i rezidentů.

Informační zdroje

- encyklopedie – obecné informace (zvl. o státech),
- příručky mezinárodní etikety (viz 5. kapitolu),
- přehledy specifických kulturních a náboženských pravidel,
- informace zastupitelských úřadů,
- cestovatelská literatura (cestopisy, průvodce, články),
- osobní sdělení, sociální sítě, diskusní fóra.

Text k zamyšlení

Kulturně informační minimum: Češi, Moravané, Slezané 2012. Zdroj: Česká republika (2013)

Ukazatel	Hodnota	Interpretace
Rozloha	78 866 km ²	srovnatelná s Panamou
Nejvyšší bod	Sněžka 1602 m n. m.	vysílač na Pradědu 1654 m n. m.
Počet obyvatel	10, 548 mil. obyv.	srovnatelný s Portugalskem
HDI (index lidského rozvoje)	0,841	velmi vysoký
HDP na obyvatele	26 800 USD	srovnatelný s Maltou
Národnostní složení	63,7 % Češi; 4,9% Moravané; 0,1% Slezané; 1,4% Slováci; 0,4 Poláci; 0,2 Němci; 3,5% cizinci; v 26% dotazníků nevyplněno	národnostně jednotní
Náboženství	bez vyznání 34,2 %, deklarující nějakou víru či vyznání 20,6 %, (z toho římsko-katolické 10,3 %, různá jiná vyznání a víry 10,3 %), bez údajů 45,2 %	většina se nehlásí k žádnému náboženství – světový unikát
Úřední jazyk	čeština s respektováním slovenštiny (regionálně též polštiny)	situace AJ, NJ a RJ v turistických ghettech?
Státní zřízení	parlamentní republika	mladá demokracie

Závěry vybraných autorů

Rýznar (2005): *Po 40 letech vlády komunismu došlo k radikální změně společenského systému, společenského prostředí a tím i společenských vztahů v Čechách. Minulý systém ve své podstatě determinoval českou společnost do tří kategorií. Jednu tvoří starší generace, která celý systém do všech důsledků prožívala, druhou tvoří generace mladší, střední, která toto období zažila spíše okrajově, jako děti či nedospělí a třetí generace – generace nejmladší, nastupující do zcela odlišné společenské reality, do společenského prostředí, které sami tvoří.*

Přechod k demokracii a členství v Evropské unii, počáteční vlna zahraničních investic, chtivých využít kvalifikovanou, leč levnou pracovní sílu, otevřel stavidla pro nástup mladé generace. Mladší generace, která již procestovala cizí země, je daleko ctížádostivější a méně opatrná, než jejich rodiče, kteří se za minulého režimu naučili defenzivnímu a ostražitému chování.

Onoho charakteristického postkomunistického defenzivního přístupu si všímá i Skochová (2008): *Češi prý jsou lidé pasivně agresivní. Nejsou tak expresivní jako mnoho jiných národů a své frustrace si často hromadí v sobě. Nejsou zvyklí odmala otevřeně obhajovat své názory, a proto problémy s názory ostatních často prezentují v pasivně agresivní formě.*

Jindra (2007) pojednává o vlivu výše zmíněných charakteristik na českého návštěvníka: *Češi jsou schopni se kvůli deštivému dni či pětikoruně navíc do krve pohádat a zničit si tak slibný den, mnohdy i celou dovolenou. Někteří berou dovolenou jako záminku pohádat se. Je to jakýsi národní sport, tvářit se kysele a mlčet. Zatímco jiní se nad problém povznesou a užívají si, Češi jako pilní mravenečci začnou kolem sebe stavět mohutnou zeď komplexů a siláckých póz. Na jednu stranu škudlí a nejedou na fakultativní zájezd, na druhou pak za mnohem větší částku nakoupí nepotřebné haraburdí nebo ji utratí za pivo. Šetří na jídle, ale pivo si dát musí, přičemž neustále komentují jeho cenu. Často tráví na tržišti či v obchodě celé hodiny, hledají slevy a nakonec nic nekoupí. Cestovat s příslušníky jiných národů je více v pohodě, ale ve srovnání s Čechy se na cestě flákají.*



Obrázek 5 – Spíše než na národ samotný jsou Češi hrdí na své kulturní dědictví. (Foto: K. Venclová)

Rýznar (2005) připomíná i opačný pohled, prezentovaný časopisem Science (Londýn, 2005): *Národní stereotypy jsou podle vědců zcela chybné. Týká se to podle tohoto výzkumu i českého stereotypu, podle něhož si Češi sami o sobě myslí, že jsou jako národ konfliktní a nepříjemní. Ve skutečnosti prý patří k nejpřátelštějším kulturám na světě. A mají ve světovém srovnání mimořádně vysoké skóre ve skromnosti a nesobeckosti.*

Obecně tedy Češi patří spíše k uzavřenému (severnímu) typu společnosti, kde trvá vybudování přátelského vztahu déle. Pouta jsou pak ale o to silnější a s přátelstvím jsou spojovány i povinnosti (pohostinnost, zapamatování si jmen a svěřených osobních údajů, opětování obdarovávání a pozvání). Sami sebe hodnotí Češi kriticky, přáli by si být otevřenější, civilizovanější, ale nevědí, jak na to. Většinou se nepovažují za vlastence, ale jsou velmi hrdí na „plody“ své kultury – pivo, jídlo, automobily, boty a textil, sklo, vrcholový sport, literaturu, film (ambivalentní vztah ale mívají k dalšímu národnímu symbolu – Praze). Jindra (2007) varuje, že naše touha po světovém uznání nebývá ve světě opětována podle našich představ: *Bud'te připraveni na skutečnost, že Čechy ve světě nikdo moc nezná, ale co koneckonců víme my o Bangladéši a jeho 140 milionech obyvatel. Kdo z Čechů konec konců rozezná Litvu od Lotyšska. Rovněž české pivo je neznámé a pojem pils na lahvích světových značek si nikdo do souvislosti s Plzní nedává. Známa jsou spíše piva americká, irská, německá a dánská. Naše pýcha je jen naším nenaplněným snem, bohužel. Snad jen Škoda v německých rukou dobyla svět, jako Baťa, o jehož českém původu víme ve světě snad jen my. Když už se setkáte s pozitivní reakcí, pak jde obvykle o fotbal a tenis, výjimečně hokej nebo atletiku. Příjemně překvapí papuánští výrostci v tričku s nápisem Nedved nebo jména mnoha významných osob, o jejichž českém původu se také málo ví (například zakladatel města Brasilia, president Kubicek).*

Otázky a úlohy

1. Jmenujte nebo vyhledejte v literatuře další typy průvodců.
2. Diskutujte nástup technologií zastupujících živého průvodce. V čem tkví jejich výhody a v čem se nemohou člověku vyrovnat?
3. Popište své techniky udržování odborného přehledu a zvyšování osobní kvalifikace.
4. Sestavte informační minimum své oblíbené zahraniční destinace nebo kulturně informační minimum národa, s jehož průvodcováním máte osobní zkušenost.
5. Co si myslíte o Čechách? Setkali jste se osobně s hodnocením povahy Čechů cizinci?
6. Drobný univerzální dárek vtipně a vkusně vystihující naši kulturu bývá dobrým pomocníkem cestovatele i průvodce. Navrhněte jeho možné alternativy a diskutujte vhodnost a omezení využití.
7. Která část přípravy průvodce je podle vás nejdůležitější? Kterou kompetenci byste vy sami rádi intenzivněji rozvíjeli?

Doporučené zdroje informací

- [1] ENCYKLOPEDIE STÁTŮ MZV ČR (2013), <online>, dostupné na WWW: <http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/>, staženo 9. 7. 2013
- [2] TABOO FOOD AND DRINK (2013), (Vybraná omezení v jídle a pití), <online>, dostupné na WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Taboo_food_and_drink>, staženo 9. 7. 2013
- [3] HOW TO AVOID CULTURE SHOCK IN THE CZECH REPUBLIC (2013), <online>, dostupné na WWW: <<http://www.prague2001.com/mentality.htm>>, staženo 9. 7. 2013
- [4] NOLLEN, T. (2012): *Czech Republic: Culture Shock!* Graphic Arts Center Publishing Company; Expanded edition

Příloha: Příklady nábožensky založených pravidel

Křesťané

- v době postu nejedí maso (s výjimkou rybích produktů)
- dnem společné modlitby je neděle, rozšířená je rovněž páteční modlitba (výjimečně sobota – adventisté)
- mnohé skupiny omezují nebo odmítají alkohol a jiné návykové látky
- výjimečně se řídí výslovnými zákazy potravin podle Starého zákona

Muslimové

- nejedí vepřové maso (ani jiné vepřové produkty)
- nejedí jídla s obsahem krve
- nepijí alkohol
- islámským právem schválené objekty (zvl. jídlo) nazývají „halal“, zakázané „haraam“
- nesmějí vymáhat ani přijímat úroky (zákaz lichvy)
- modlí se 5x denně, dnem společné modlitby je pátek
- ženy si většinou zahalují alespoň vlasy (šátek při vstupu do mešity je i v nemuslimských zemích slušností)
- před vstupem do mešity se většinou zouvají, často též myjí
- vstup do mešity může být pro nevěřící omezen
- v době svatého měsíce Ramadánu neprobíhají obchodní jednání a není vhodná konzumace jídla a pití na veřejnosti

Židé

- nejedí vepřové a maso lichokopytníků (koně)
- nejedí produkty s obsahem krve
- vyhýbají se některým kombinacím jídel – např. maso a mléko
- nejedí ovoce ze stromů mladších tří let a čerstvě sklizené obilí
- preferují jídlo připravené Židy (včetně vegetariánských jídel)
- schválené objekty a činnosti nesou přízvisko „košer“ (soubor pravidel pro stravování se nazývá „kašrut“)
- dnem modlitby je sobota

Hinduisté

- nejedí hovězí maso (ani jiné hovězí produkty)
- rozšířené je vegetariánství (snaha neubližovat živočichům)

Buddhisté

- mají zakázáno zraňování živých bytostí
- neměli by užívat omamné prostředky
- není správné úmyslně vyhledávat utrpení (omezení dark tourismu)
- tradičním pozdravem je úklona se sepjatýma rukama

Zdroje

- [1] BREZINA, I., BREZINOVÁ, I. (2001): Kulturní šok (CESTA NA VÝCHOD). Kalimera, 30. dubna 2001
- [2] BUCHTOVÁ, B., POKORNÝ, J. (2004): Podnikání a kulturní odlišnosti. Brno: Masarykova univerzita 1. vydání. Brno: Masarykova univerzita, 2004. 248 s. ISBN 80-210-3490-4
- [3] CÍLEK, V. (2006): Krajiny vnitřní a vnější. Druhé, doplněné vydání. Dokořán. ISBN 80-7363-042-7
- [4] Cílek, V. (2007): Makom: kniha míst. Praha: Dokořán, 2. vydání, 300 str., ISBN 978-80-7363-120-8
- [5] Česká republika (2013): <online>, dostupné na WWW: http://cs.wikipedia.org/wiki/%C4%8Cesk%C3%A1_republika, staženo 9. 7. 2013
- [6] ENCYKLOPEDIE STÁTŮ MZV ČR (2013), <online>, dostupné na WWW: <http://www.mzv.cz/jnp/cz/encyklopedie_statu/>, staženo 9. 7. 2013
- [7] GULLOVÁ, S. (2011) Mezinárodní obchodní a diplomatický protokol. 2. přepr. vyd. Praha: Grada Publishing, 256 s. ISBN 978-80-247-3777-5
- [8] HINDEMITH, P. (2008): Skladatelův svět: Jeho obzory a hranice. Praha: AMU, 1. vyd., 248 s., ISBN 978-80-7331-132-2
- [9] How to avoid culture shock in the Czech Republic (2013), <online>, dostupné na WWW: <<http://www.prague2001.com/mentality.htm>>, staženo 9. 7. 2013
- [10] JINDRA, J. (2007). Backpacker : Cestovatelské triky a příběhy. Kartografie Praha, 216 s., ISBN 978-80-7011-930-3
- [11] KOCH, W. (1971): Malý lexikon architektury, Bratislava: Tatran
- [12] KOTTA, C. P. (1991): Cultural Anthropology. McGraw-Hill, Inc., ISBN 0-07-035615-7
- [13] KUHN, T. S. (1982): Štruktúra vedeckých revolúcií. Bratislava: Pravda
- [14] MORGENSTERNOVÁ, M., Šulová, L. a kol. (2007): Interkulturní psychologie: Rozvoj interkulturní senzitivity. Praha: Karolinum, 218 stran, ISBN 978-80-246-1361-1
- [15] NČSN (2004): ČSN EN 13809 (761201): 2004 Služby cestovního ruchu – Cestovní agentury a cestovní kanceláře – Terminologie. Český normalizační institut (ČNI)
- [16] NOLLEN, T. (2012) Czech Republic: Culture Shock! Graphic Arts Center Publishing Company; Expanded edition
- [17] NORBERG-SCHULZ, C. (1994). Genius loci: k fenomenologii architektury. Praha: Odeon, 218 str., ISBN 80-207-0241-5.
- [18] PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2012) Cestovní ruch. Výkladový slovník. Praha: Linde Praha, 2., kompletně přepracované vydání, 768 stran, ISBN 978-80-7201-880-2
- [19] PICHANIČ, M. (2004): Mezinárodní management a globalizace. Praha: C. H. Beck, ISBN 80-245- 0421-9
- [20] PRESNER, L. A. (1991): Slovník mezinárodního podnikání. Victoria Publishing Praha, ISBN 80-85605-73-2

- [21] RUSKOVÁ, D. (2005): Přehled evropských dějin kultury a umění. Kapitoly o kultuře chování a jednání. 3. vyd. Hradec Králové: Gaudeamus, 136 s. ISBN 80-7041-499-5
- [22] RÝZNAR, L. (2005). Společenský Evropan. Kunovice: Evropský polytechnický institut, s.r.o., 164 str., ISBN 80-7314-076-4
- [23] SKOCHOVÁ, I. (2008): Smrtelná dávka českých stereotypů, 19. dubna 2008, Reflex.cz, <online>, dostupné na WWW: <<http://www.reflex.cz/clanek/stary-reflex-reflex-cz-reflex-cz-zvenku/30070/smrtelna-davka-ceskych-stereotypu.html>>, staženo 9. 7. 2013
- [24] ŠÍPEK, J. (2001): Úvod do geopsychologie. Praha: ISV, 163 s., ISBN 80-85866-70-6
- [25] ŠÍPEK, J., ŠTYRSKÝ, J. (2007): Kapitoly z geopsychologie. Hradec Králové: Gaudeamus, 1. vyd., Hradec Králové: Gaudeamus, 152 str. ISBN 978-80-7041-813-0
- [26] ŠRONĚK, I. (2001): Kultura v mezinárodním podnikání. 1. vydání Praha: Grada, 167 str., ISBN 80-247-0012-3
- [27] ŠTYRSKÝ, J., ŠÍPEK, J. (2011): Geograficko psychologické souvislosti cestování, turistiky a rekreace: kapitoly z geopsychologie. Vyd. 1. Hradec Králové: Gaudeamus, 164 str., ISBN 978-80-7435-114-3
- [28] Taboo food and drink (2013), <online>, dostupné na WWW: <http://en.wikipedia.org/wiki/Taboo_food_and_drink>, staženo 9. 7. 2013
- [29] ZELENKA, J. a kol. (2007): Průvodce cestovního ruchu. Gaudeamus Hradec Králové, 115 str., 3. vydání, ISBN 978-80-7041-189-6
- [30] ZELENKA, J. a KOL. (2008): Percepce krajiny a genius loci. Gaudeamus Hradec Králové, 326 str., ISBN 978-80-7041-191-9
- [31] ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. (2012): Cestovní ruch. Výkladový slovník. Linde Praha, 2., kompletně přepracované vydání, 768 stran, ISBN 978-80-7201-880-2

Ministerstvo životního prostředí

Tento dokument byl vytvořen za finanční pomoci Revolvingového fondu Ministerstva životního prostředí. Za obsah tohoto dokumentu je výhradně odpovědný řešitel projektu prof. RNDr. Josef Zelenka, CSc. a jeho autoři a nelze jej v žádném případě považovat za názor Ministerstva životního prostředí.

Název: Multikulturní rozdíly návštěvníků - výuková skripta pro účastníky kurzu

Autoři: Bc. Kateřina Venclová, doc. PaedDr. Jiří Štyrský, CSc., doc. PhDr. Jiří Šípek, CSc. et Ph.D.

Elektronická sazba: Ing. Hana Hornyšová

Rok a místo vydání: 2013, Chrudim

Vydání: první

Náklad: 100 výtisků

Vydalo nakladatelství Vodní zdroje Chrudim
jako svou 13. publikaci.

ISBN 978-80-87883-02-0