

Inhoud

Voorwoord 7

Inleiding 9

Digitale portfolio 9

Bronnen 10

Keuze van de landen 10

Hoofdstuk Wat is cultuur? 13

Nederlandse cultuur 15

Wereldwijde culturen 22

In aanraking komen met nieuwe culturen 24

De cultuurshock 26

De culturele dimensies 27

Culturele stereotypering 29

Digitale portfolio-opdrachten 31

Kernbegrippen 31

Hoofdstuk 2 De westerse culturen 35

Groot-Brittannië 35

Verenigde Staten van Amerika 44

Duitsland 52

Digitale portfolio-opdrachten 59

Kernbegrippen 59

Hoofdstuk 3 De oosterse culturen 63

China 63

Japan 73

Thailand 83

Digitale portfolio-opdrachten 92

Kernbegrippen 93

Hoofdstuk 4 De Latijns-Amerikaanse culturen 95

Mexico 95

Brazilië 104

Argentinië 113

Digitale portfolio-opdrachten 122

Kernbegrippen 123

Hoofdstuk 5 De Midden-Oosterse culturen 125

- Saoedi-Arabië 125
- Iran 135
- Egypte 147
- Digitale portfolio-opdrachten 156
- Kernbegrippen 157

Hoofdstuk 6 De Afrikaanse culturen 161

- Kenia 161
- Zuid-Afrika 169
- Digitale portfolio-opdrachten 180
- Kernbegrippen 181

Hoofdstuk 7 Interculturele communicatie 183

- Verbale communicatie 184
- Non-verbale communicatie 187
- Digitale portfolio-opdrachten 194

Hoofdstuk 8 Interculturele do's en don't's 197

- Groot-Brittannië 198
- Verenigde Staten van Amerika 199
- Duitsland 199
- China 200
- Japan 201
- Thailand 202
- Mexico 203
- Brazilië 204
- Argentinië 205
- Saoedi-Arabië 206
- Iran 207
- Egypte 208
- Kenia 209
- Zuid-Afrika 210

Bronnen 213

- Geraadpleegde websites 215

Slotwoord 216

Voorwoord

Volgens het boek *Culture Learning: The Fifth Dimension in the Language Classroom* van Damen en Savignon is zelfreflectie van essentieel belang binnen ieder intercultureel leerproces. Zonder in te zien dat iedereen zijn eigen cultuur heeft, of dat het hebben van voldoende kennis over die cultuur van vitaal belang is, hebben wij de neiging om in de omgang met andere culturen terug te vallen op stereotypering en het gebruik van lijstjes met do's & don't's. Zelfreflectie begint met het vergaren van kennis over de vele aspecten van cultuur en het leren om deze toe te passen op onze eigen cultuur. Daarom ontwikkelen wij een ijkpunt voor het maken van effectieve vergelijkingen van culturele verschillen om te komen tot een betere begripsvorming over waarom wij in verschillende situaties reageren op de manier waarop we dit doen.

In 2007 werd prinses Máxima (nu koningin) hevig bekritiseerd vanwege haar uitspraak dat zij tijdens haar kennismakingstoer door Nederland er niet in geslaagd was om de werkelijke Nederlandse identiteit te ontdekken. Tijdens de presentatie van het *Rapport Identificatie met Nederland*, een rapport van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid over de wijze waarop burgers zich met Nederland identificeren, zei zij: 'Dé Nederlandse identiteit bestaat niet. Nederland is te veelzijdig om in één cliché te vatten. Volgens cijfers van de VN wonen 175 miljoen mensen in een land waar ze niet zijn geboren. Ik ben een van hen.' Máxima herinnerde aan de woorden van wijlen haar schoonvader prins Claus. Op de vraag hoe het voelde om Nederlander te zijn, antwoordde hij: 'Ik weet het niet. Ik voel me wereldburger, Europeaan, Nederlander.'

In het boek *The Xenophobic Guide to the Dutch* uit 2008 zegt auteur Rodney Bold dat de werkelijke culturele identiteit van de Nederlander niet bestaat. Volgens hem zijn de Nederlanders ware verzamelaars van culturele eigenschappen die deel uitmaken van andere culturen om deze vervolgens eigen te maken en als echte Nederlandse eigenschappen te doen voorkomen. Er zit wel enige waarheid in deze uitspraak. Als je een gemiddelde buitenlander iets over Nederland vraagt dan zal hij zeer waarschijnlijk vertellen dat wij allemaal een fiets hebben, veel kaas eten, in windmolens wonen en op klompen lopen. Dus... misvatting of vooroordeel?

Ons nationale symbool de tulp is net zo typisch Nederlands als de Parijse Eiffeltoren of de Grote Muur van China. Toch komt de tulp, sinds lang erkend als het ultieme Nederlandse symbool, van oorsprong uit Turkije en is hij allesbehalve Nederlands. Hij werd geschonken aan Nederland door Ogier Busbeke (een ambassadeur van de Turkse sultan) die de eerste tulpenbollen vanuit het Ottomaanse Rijk in 1554 opstuurde naar Amsterdam. Hetzelfde kan gezegd worden over onze klompen, molens en kaas. Windmolens zijn niet Nederlands, de Arabieren hebben die uitgevonden. Kaasmaken hebben we overgenomen van de Fransen en onze 'Nederlandse' klompen komen uit Scandinavië. Tot zover de Nederlandse cultuur.

We wonen en werken in een collectieve en diverse multiculturele samenleving

waarin we dagelijks moeten omgaan met culturele verschillen. De mogelijkheid om voorbij iemands culturele kenmerken te kijken en elkaars waarden, regels en tradities te begrijpen en waarderen, is een essentieel onderdeel geworden van onze dagelijkse realiteit en is van wezenlijk belang binnen het beroepsveld.

P.E. Kuijper & S.C. Kuijper
zomer 2019