

Univerzita Hradec Králové
Fakulta informatiky a managementu
Katedra rekreologie a cestovního ruchu

Psychologie cestovního ruchu a kulturní šok

Bakalářská práce

Autor: Martina Rodriguez
Studijní obor: Management cestovního ruchu

Vedoucí práce: doc. PhDr. Blanka Klímová, M.A., Ph.D.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracovala samostatně a s použitím uvedené literatury.

V Hradci Králové dne 8.8.2018

Martina Rodriguez

Poděkování

Ráda bych poděkovala své vedoucí bakalářské práce doc. PhDr. Blance Klímové, M.A., Ph.D. za metodické vedení, za pomoc a rady při zpracování této práce. Dále bych ráda poděkovala svým rodičům a dceři za podporu a trpělivost během celého studia.

Anotace

Tato bakalářská práce je zaměřena na problematiku kulturního šoku a způsob, jakým se projevil mezi vybranými respondenty pobývajícími ve Velké Británii či Irsku. Hlavním cílem úvodní části práce je představení teoretických východisek kulturního šoku, zejména jeho postavení v rámci psychologie cestovního ruchu a interkulturní psychologie. Cílem výzkumné části práce je analyzovat, jakým způsobem je prožíván kulturní šok různými skupinami lidí, kteří pobývali nebo pobývají ve Velké Británii či Irsku, a následně navrhnout možnosti vedoucí ke zmírnění dopadů tohoto jevu na nově příchozí. Mezi hlavní metody, na jejichž základě je analýza provedena, patří vyhodnocení dotazníkového šetření a zodpovězení předem stanovených výzkumných otázek a hypotetických východisek vztahujících se k nejčastějším oblastem života, v nichž se kulturní šok projevuje. Výsledkem analýzy je zjištění, že výskyt kulturního šoku mezi respondenty je ovlivněn zejména účelem cestování, společenským zázemím a finančními možnostmi každého respondenta.

Klíčová slova: cestovní ruch, psychologie, kulturní šok, Velká Británie, Irsko, interkulturní psychologie, geopsychologie, turismus, akulturační stres

Annotation

Title: The Psychology of tourism and culture shock

The Bachelor thesis focuses on the issue of cultural shock and the way it manifested itself among selected respondents residing in Great Britain or Ireland. The aim of the theoretical part of the thesis is to introduce theoretical background of cultural shock, especially its position within the psychology of tourism and intercultural psychology. The specific chapter is dedicated to the different cultural background of selected destinations and to the specific definition of cultural shock. The aim of the research is to analyze how cultural shock is experienced by different groups of people who have stayed or are still residing in Great Britain or Ireland, and suggest the way of eliminating the impact of this phenomenon on newcomers. The main methods used in the research include the evaluation of the questionnaire survey and answering the predetermined research questions and hypothetical bases relating to the most common areas of life in which cultural shock is manifested. The result of the research concludes that culture shock appearance among respondents is influenced by the purpose of travel, social background and their financial options.

Key words: tourism, psychology of tourism, culture shock, Great Britain, Ireland, travelling, intercultural psychology, geopsychology, aculturation stress

Obsah

1	Úvod.....	1
2	Cíl práce, výzkumné otázky a pracovní hypotézy.....	4
2.1	Cíl práce.....	4
2.2	Vymezení výzkumných otázek.....	4
2.3	Vymezení pracovních hypotéz	4
3	Metodika zpracování a literární rešerše	7
4	Teoretická východiska	10
4.1	Interkulturní psychologie	10
4.1.1	Kultura a kulturní identita	10
4.1.2	Možnosti akulturace	11
4.2	Psychologické aspekty.....	14
4.2.1	Geopsychologie.....	14
4.2.2	Osobnostní a sociální faktory.....	15
4.2.3	Základní kulturní rozdíly.....	16
4.3	Kulturní šok.....	17
4.3.1	Průběh kulturního šoku	18
4.3.2	Akulturační stres.....	22
4.4	Shrnutí	24
5	Praktická část.....	25
5.1	Analýza dotazníků.....	25
5.2	Analýza výzkumných otázek.....	41
5.3	Ověření hypotetických východisek	43
6	Shrnutí výsledků.....	46
7	Diskuse.....	47
8	Závěry a doporučení	50

9	Seznam použité literatury.....	52
10	Přílohy.....	54

Seznam obrázků

<i>Obrázek 1: Průběh kulturního šoku dle Swallow (2010)</i>	18
<i>Obrázek 2: Vývoj stádií kulturního šoku dle Schneider a Barsoux</i>	20

Seznam grafů

<i>Graf 1: Jste muž/žena? Are you male/female?</i>	25
<i>Graf 2: Jaký je Váš věk? / What is your age?</i>	26
<i>Graf 3: Jaká je nebo byla Vaše cílová destinace? What is or was your destination? ...</i>	26
<i>Graf 4: What was / is the purpose of your travel to this destination?</i>	27
<i>Graf 5: Za jakým účelem jste vycestoval/a do zahraničí?</i>	28
<i>Graf 6: How long have you been staying in this destination?</i>	28
<i>Graf 7: Jak dlouho pobýváte či jste pobýval/a ve vybrané destinaci?</i>	29
<i>Graf 8: Vyhledal/a jste si informace před odjezdem? / Have you looked up any information prior the travel?</i>	30
<i>Graf 9: If yes, what was your main source of information?</i>	30
<i>Graf 10: Pokud ano, jaký byl hlavní zdroj těchto informací?</i>	31
<i>Graf 11: If yes, what kind of information about selected destination was the most beneficial for you?</i>	32
<i>Graf 12: Pokud ano, jaké informace pro Vás byly nejpřínosnější?</i>	33
<i>Graf 13: What kind of information was completely new for you?</i>	34
<i>Graf 14: Které informace byly pro Vás naprosto nové?</i>	35
<i>Graf 15: What was your main concern?</i>	36
<i>Graf 16: Z čeho jste měl/a největší obavy?</i>	36
<i>Graf 17: Projevil se u Vás kulturní šok?</i>	37
<i>Graf 18: If yes, what were the main manifestations?</i>	38
<i>Graf 19: Jakým způsobem se u Vás projevil kulturní šok?</i>	38
<i>Graf 20: How long did this phase last?</i>	39
<i>Graf 21: Jak dlouho přetrvával tento stav?</i>	39
<i>Graf 22: What helped you to overcome this phase?</i>	40
<i>Graf 23: Co Vám pomohlo tento stav překonat?</i>	40

1 Úvod

Cestování se stává nedílnou součástí života většiny obyvatel Evropy. Tento fakt je zdůvodněn nejen poměrně snadnou dostupností evropských či světových destinací, ale též zvyšujícím se objemem financí, které jsou cestovatelé ochotni investovat či volným časem, kterého má moderní člověk nejvíce v historii. Do míst odlišných od vlastního domova se vydávají nejen mladí lidé, toužící po nových zážitcích, ale také starší generace, disponující dříve nedostupnými časovými a finančními prostředky.

Každý typ a způsob cestování s sebou přináší pozitivní i negativní prožitky, pocity a určitý způsob myšlení. Těmito pojmy se zabývá psychologie, jejíž využití v cestovním ruchu se stále rozšiřuje. Mnohé cestovní kanceláře svými marketingovými kampaněmi záměrně míří na vědomé i podvědomé obavy, touhy a potřeby vybraných skupin potenciálních klientů, kteří mají nabyt dojmu, že pokud si zakoupí některý ze zájezdů, dosáhnou uspokojení svých tužeb a potřeb. Psychologické aspekty spojené s cestováním využívají také různé slevové či srovnávací internetové portály, a v neposlední řadě jsou cestovatelé vystaveni psychologickému působení také během vlastního průběhu cestování.

Tato práce se zabývá možnostmi využití psychologických poznatků v cestovním ruchu se zaměřením na kulturní šok, který prožívají cestovatelé při dlouhodobější návštěvě cizích zemí. Základním cílem práce je analýza způsobu prožívání kulturního šoku různými skupinami lidí, kteří pobývali nebo pobývají ve Velké Británii či Irsku, a následně navrhnout možnosti vedoucí ke zmírnění dopadů tohoto jevu na nově příchozí. Sekundárním cílem je hledání způsobu, jakým lze využít poznatky z psychologie v cestovním ruchu a jakým způsobem se projevují dopady kulturního šoku na různé skupiny obyvatel pobývajících v Irsku či ve Velké Británii.

Práce je rozdělena do dvou částí, teoretické a výzkumné. Pro potřeby vymezení dané problematiky je teoretická část zaměřena na možnosti využití

psychologie v cestovním ruchu a pomocí analýzy dostupných relevantních zdrojů jsou definována témata cestovní ruch, psychologie cestovního ruchu a kulturní šok. V rámci psychologie je zvýšená pozornost věnována zejména psychickým procesům a pocitům bezprostředně spojeným s cestováním – například obavy, vnitřní myšlenkové pochody či projevy chování.

Samostatná kapitola je věnována problematice kulturního šoku. Míra prožívání tohoto typu šoku je podmíněna několika faktory, z nichž některé může cestovatel ovlivnit, a jiné nikoliv. Jednotlivé podkapitoly jsou zaměřeny na vymezení pojmu kulturní šok, na fáze projevů tohoto typu šoku, ale též na možnosti jeho předcházení s důrazem na faktory, které může cestovatel ovlivnit. Jedna z podkapitol je zaměřena na nejčastější zdroje kulturního šoku založené na odlišnostech české a britské kultury, neboť Velká Británie je jednou z vybraných destinací, na níž je založena výzkumná část práce.

Výzkumná část je založena na analýze odpovědí získaných dotazníkovým šetřením. Vybraný vzorek dotazovaných se skládá z osob, které dosud žijí ve Velké Británii či Irsku, nebo které se v tomto roce z vybrané destinace navrátily. Dotazník se skládá z patnácti otázek v českém i anglickém jazyce, které jsou zaměřené na odhalení míry informovanosti cestovatelů o dané destinaci před odjezdem, o oblastech, které pro ně představovaly největší výzvu, a v neposlední řadě také na otázku, zda se oni sami domnívají, že zažili kulturní šok. Součástí výzkumu je též ověření stanovených výzkumných předpokladů a následná diskuze o dosažených výsledcích.

Hlavním důvodem výběru tohoto tématu je zejména aktuálnost tématu. Kulturní šok ve větší či menší míře zažívá téměř každý, kdo pobývá v jiné než domovské zemi po určité časové období. Problematikou kulturního šoku se zabývali odborníci v zahraničí již v polovině minulého století (např. Oberg 1960, později Furnham 2004, Tange 2005 aj.). Na přelomu tisíciletí se toto téma dostalo i do České republiky a v prostředí univerzity vzniklo na toto téma několik zajímavých výzkumů (Slámová 2010, Vysoudilová 2013, Hofmanová 2016). Velmi často se tyto práce zaměřují na studenty, kteří cestují v rámci výměnného programu Erasmus.

V rámci terénního výzkumu byl vymezen prostor, v němž se respondenti nacházejí (či nacházeli), na oblast Velké Británie a Irsku, neboť představuje oblast

s výskytem vysokého množství cizinců. Národnost respondentů není omezena a při výzkumu nebyla podstatná. Velká Británie a Irsko představují charakteristické země, v nichž se mísí mnoho kulturních vlivů, a zkušenost kulturního šoku je jedním z průvodních jevů pobytu v těchto zemích.

2 Cíl práce, výzkumné otázky a pracovní hypotézy

2.1 Cíl práce

Cílem této práce je analyzovat, jakým způsobem je prožíván kulturní šok různými skupinami lidí, kteří pobývali nebo pobývají ve Velké Británii či Irsku, a následně navrhnout možnosti vedoucí ke zmírnění dopadů tohoto jevu na nově příchozí.

2.2 Vymezení výzkumných otázek

Cílem praktické části této práce je analyzovat, jak lze využít poznatky z psychologie v cestovním ruchu a jakým způsobem se projevují dopady kulturního šoku na různé skupiny obyvatel pobývajících ve Velké Británii nebo v Irsku. Na základě hlavního cíle je stanoveno 7 následujících výzkumných otázek:

- 1) Za jakým účelem vycestovali respondenti do vybraných destinací?
- 2) Jak dlouho v dané destinaci pobývali?
- 3) Zda a jakým způsobem se na cestu připravovali?
- 4) Z čeho měli respondenti největší obavy?
- 5) Zda a jakým způsobem se u nich projevil kulturní šok?
- 6) Jak dlouho tento kulturní šok trval?
- 7) Jaké způsoby využili respondenti k jeho překonání?

2.3 Vymezení pracovních hypotéz

Před začátkem samotného výzkumu byly stanoveny tři hlavní a čtyři vedlejší hypotézy, které jsou následně ověřovány zejména pomocí analýzy dotazníkového šetření. Dotazníky byly vyplněny pouze online formou, při jejich vyhodnocení jsou zohledněny také výsledky již provedených výzkumů na podobné téma.

Tabulka č. 1: Přehled hypotéz a jejich zdůvodnění

Hypotéza č. 1	Největší obavy respondentů vyplývaly z možné jazykové bariéry ve vybrané destinaci.
Zdůvodnění	Většina oslovených respondentů pochází ze zemí, jejichž mateřským jazykem není angličtina. Mnoho z nich se však domnívá, že v rámci studií či dosavadních pracovních zkušeností získali velmi dobrou znalost anglického jazyka, nepočítají však s kulturními specifiky jeho používání. V závislosti na specifické oblasti, do níž respondent zamíří, se však způsob mluvy může značně lišit od spisovného způsobu. Nový příchozí tak velmi často zjistí, že místním obyvatelům nerozumí, což může prohloubit pocit odloučenosti a stát se součástí kulturního šoku.
Hypotéza č. 2	Kulturní šok se u vybraných respondentů projevili zejména sociální izolací a oslabenou schopností komunikace s okolím.
Zdůvodnění	Příchodem do nové destinace začíná pro každého respondenta období adaptace, kdy se dotyčný snaží vyrovnat se s nároky nového prostředí, se zvyky místních obyvatel i s jinými způsoby mluvy a chování. Potřebuje si zjistit mnoho praktických informací, a každý den se setkává s mnoha novými lidmi. Pokud se u něho dostaví silné projevy kulturního šoku, autorka se na základě zkušeností blízkých osob domnívá, že daná osoba začne setkání s novými lidmi omezovat a dojde u ní ke zhoršené schopnosti komunikovat s okolím.
Hypotéza č. 3	Nalezení přátel významně zmenšilo dopady kulturního šoku na vybrané respondenty.
Zdůvodnění	Důležitým mezníkem adaptace na nové kulturní prostředí je, dle názoru autorky, nalezení sociálně blízkých osob, které mohou respondenta podpořit v případě tíživých situací, případně prakticky pomoci vypořádat se s obtížemi, které pobyt v nové destinaci přináší. Společné překonávání překážek navázaný vztah spíše posiluje. Přátelství mohou být často spojena s pracovním prostředím.
Hypotéza č. 4	Převažujícím důvodem k vycestování do vybraných destinací je snaha nalézt si nové zaměstnání.
Zdůvodnění	Okruh respondentů, kteří dotazník vyplňují, pochází z pracujících vrstvy obyvatel, kteří se, dle odpovědí získaných mimo dotazníkové šetření, rozhodli zkusit žít

	v jiné zemi. Jedním z důležitých důvodů je tedy nalezení zaměstnání, pomocí kterého dotyčný získá prostředky k životu v dané destinaci.
Hypotéza č. 5	Převažující počet respondentů si před odjezdem zjistil informace o vybrané destinaci z webových zdrojů.
Zdůvodnění	Dle předem zjištěných informací i dle názorů v internetových diskuzích se převážná většina cestovatelů snaží získat si o podmínkách působení v nové destinaci co nejvíce informací. Ty mohou čerpat zejména ze zkušeností ostatních cestovatelů, které jsou popsány na českých webových stránkách (např. https://www.irsko-aktualne.cz), nebo na webových stránkách zahraničních institucí (např. http://www.citizensinformation.ie , https://www.citizensadvice.org.uk)
Hypotéza č. 6	Nejpřínosnějšími informacemi byly pro respondenty informace z oblasti hledání práce a bydlení.
Zdůvodnění	Každý respondent potřebuje po příjezdu najít odpovídající ubytování. Pokud nevycestuje za účelem návštěvy přátel, kteří jsou schopni mu poskytnout střechu nad hlavou, obvykle si potřebuje nalézt dočasné a posléze i trvalé místo k bydlení, k čemuž potřebuje určité dokumenty. Na základě vlastní zkušenosti se autorka domnívá, že znalost situace v oblasti shánění ubytování a situace na trhu práce významně ulehčí následné hledání práce i ubytování.
Hypotéza č. 7	Nejmenší znalost panovala v oblasti dopravní infrastruktury, která ve vybrané destinaci funguje.
Zdůvodnění	Každý respondent potřebuje po příchodu do nové destinace cestovat v rámci zvolené oblasti. Velkým překvapením je, dle autorčiny osobní zkušenosti, způsob, jakým funguje zejména autobusová doprava v dané destinaci. Pokud si dotyčný nemůže dovolit koupit auto, k čemuž potřebuje také pojištění (což není levná záležitost), potřebuje se naučit orientovat se v systému dopravy. Jízdní řád zde funguje na zcela jiném principu, než je tomu například v České republice, a velmi snadno se může stát, že daný spoj přijede dříve, či naopak později, než jak je stanoveno. Respondent musí svůj časový plán uzpůsobit těmto zvláštnostem.

3 Metodika zpracování a literární rešerše

Teoretická část je zpracována pomocí analýzy dostupných relevantních českých i zahraničních zdrojů. Odborné zdroje jsou zaměřeny zejména na psychologii cestování a interkulturní psychologii, které se k prožívání kulturního šoku vztahují. Vzhledem k zaměření práce je pozornost soustředěna také na analýzu britského a irského prostředí, v němž pobývali či pobývají vybraní respondenti. Pro pochopení kulturního šoku je také nezbytné analyzovat psychologické aspekty osobnosti, které mohou vznik a prožívání kulturního šoku ovlivnit. Analýza teoretických východisek v některých částech práce obsahuje také deskripci již známých skutečností, které byly na toto téma publikovány.

Jednou z použitých publikací je Interkulturní psychologie od Jana Průchy, která pojednává o dopadech setkávání lidí odlišných kultur, ras a národů, psychologických rozdílů mezi jejich kulturami, a zejména jejich odlišností v komunikaci, hodnotových systémech, rodinné výchově a řadě dalších aspektů. Autor pojednává o doposud získaných znalostech v oblasti problematiky emigrantství a o rozdílnostech v komunikačním stylu jednotlivých kultur. Své využití v této práci našla také stejnojmenná publikace od Jiřího Čeňka a kol., která představuje interkulturní psychologii jako mezioborovou disciplínu, související s dalšími vědeckými disciplínami, zejména se sociologií, politologií, bezpečnostními studiemi a sociální antropologií. Právě mezioborový přístup umožňuje zkoumat kulturní šok z několika hledisek, a přistupovat k němu jako ke komplexnímu problému.

V teoretické části je využita také stejnojmenná publikace od Moniky Morgensternové, jejíž první část umožňuje seznámit se s jednotlivými kompetencemi této disciplíny a jejich širšími psychologickými souvislostmi. Poznatky jsou zaměřeny především na pojem interkulturní kompetence, který lze chápat jako složitý souhrn schopností a dovedností, do kterých se promítají osobnostní předpoklady. Osvojení této schopnosti umožňuje rozpoznat projevy kulturního šoku a následně pochopit a analyzovat zdroje těchto projevů. Interkulturní kompetence mohou také usnadnit pochopení odlišných kultur.

V neposlední řadě je zde využita také publikace od autorky Aleny Vodákové a kol. V ní jsou obsažena stručná vysvětlení základních demografických a blíže příbuzných pojmů, a následná aplikace zmíněných pojmů na popis a analýzu reálného života společnosti. Demografické znalosti napomáhají pochopit některé projevy kulturního šoku a mají vliv na akulturaci nových imigrantů. Snaha o asimilaci do větší společnosti může zvyšovat pocit ohrožení, zatímco asimilace do kulturního prostředí s menším počtem obyvatel může působit jako méně ohrožující. Počet nově narozených imigrantů může také vypovídat o průběhu asimilace.

Teoretická východiska vymezující problematiku psychologie cestovního ruchu, interkulturní psychologie a deskripci kulturního šoku byla sepisována zejména na základě rešerše následujících prací:

ČENĚK, Jiří, SMOLÍK, Josef, VYKOUKALOVÁ, Zdeňka. Interkulturní psychologie. 1.vyd. Praha: Nakl. GRADA 2016. 312 s. ISBN 978-80-247-5414-7

MORGENSTERNOVÁ, Monika. Interkulturní psychologie. 1.vyd Praha: Nakladatelství Karolinum 2007. 218 s. ISBN 978-80-246-1361-1

PRŮCHA, Jan. Interkulturní psychologie. Vyd. 3. Praha: Portál, 2010. 224 s. ISBN 978-80-7367-709-1

VODÁKOVÁ, Alena a kol. Demografie (nejen) pro demografy. 3. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2009, 241 s. ISBN 978-80-7419-012-4.

3.1 Metodika zpracování praktické části

Jako rámcová metoda k ověřování hypotéz byla zvolena případová studie, založená na vlastní zkušenosti pobytu ve Velké Británii. V rámci výzkumu byly osloveny osoby, které pobývaly či stále žijí ve Velké Británii a v Irsku a které by mohly zakoušet kulturní šok. Použité ověřovací metody jsou složeny z obsahové analýzy dostupných studií, odborných článků, dotazníkového šetření a následné analýzy výsledků tohoto šetření.

Dotazníkové šetření bylo zvoleno jako ověřená výzkumná forma, kterou již použili také ostatní odborníci zabývající se problematikou kulturního šoku. První fáze dotazníkového šetření spočívala ve vytvoření dotazníku v internetové aplikaci Survio a následném rozeslání odkazu na tento dotazník první skupině potenciálních

respondentů. Dotazník byl vytvořen v českém i anglickém jazyce, aby mohli být zahrnuti respondenti různých národností. Druhá skupina respondentů byla oslovena o měsíc později zejména prostřednictvím sociálních sítí (Facebook, Instagram). Osloveni byli lidé z různých částí Evropy, Koreje, Japonska, Brazílie, Angoly a USA. Tohoto výzkumu se zúčastnilo celkem 101 respondentů.

Mimo základní metodu dotazníkového šetření byla využita také forma otevřeného rozhovoru, která posloužila zejména v rámci ověření či vyvrácení hypotéz a výzkumných otázek. Rozhovory byly provedeny v období po ukončení dotazníkové šetření, buď osobně v rámci setkání, nebo po Skypu v případě, že respondent doposud pobývá v zahraničí. Otázky uvedené v rozhovoru vycházely z uvedeného dotazníku, avšak respondent měl možnost doplnit své odpovědi komentářem. Tato doplňující forma výzkumu byla dobrovolná, avšak účastnili se jí všichni oslovení respondenti.

Sekundární analýza zahrnuje prostudování relevantní odborné literatury a dostupných studií pojednávajících o problematice kulturního šoku. Součástí závěrečného výstupu je nejen nalezení odpovědí na výzkumné otázky či potvrzení, nebo vyvrácení výše uvedených hypotéz, ale též navržení způsobů, kterými lze zmírnit dopad kulturního šoku, které jsou založeny na analýze dříve provedených studií a zároveň na výsledcích dotazníkového šetření v této práci.

4 Teoretická východiska

4.1 Interkulturní psychologie

Psychologie cestovního ruchu velmi úzce souvisí s interkulturní psychologií. V rámci cestování se jedinec setkává s příslušníky jiných etnik a kultur, které cestovatele ovlivňují. Interkulturní rozdíly také výrazně ovlivňují vznik a intenzitu kulturního šoku, proto je nezbytné seznámit se s prvky, které tvoří kulturu a v jednotlivých oblastech se mohou odlišovat.

4.1.1 Kultura a kulturní identita

Pojem kultura může být chápán v širších či užších souvislostech. Širší význam zahrnuje vše, co vytváří lidská kultura – materiální i duchovní výsledky lidské činnosti. Pod užším pojetím se rozumí projevy chování lidí, jejich zvyklosti, symboly, komunikační normy a jazykové rituály nebo uznávané hodnoty (Průcha, 2010). Podobně chápe kulturu také Murphy (1998), který uvádí, že kultura je celistvý systém významů, hodnot a společenských norem, kterým se řídí členové dané společnosti a které prostřednictvím socializace předávají dalším generacím (Průcha, 2010).

Také Lawless (1996) považuje kulturu za integrovanou a vnitřně propojenou soustavu a řadu představ, činností či vzorců, jež jsou neustále ve vzájemné interakci a jsou souhrnem hmotných a duchovních hodnot vytvořených a vytvářených lidstev a charakterizujících historicky dosažený stupeň ve vývoji společnosti (Čeněk a kol., 2016). Hall (1997) považuje kulturu za konceptuální mapu, kde dochází ke sdílení jazykového systému a kódů, které usměřňují překládání mezi nimi. Toto překládání je dáno tím, že existuje sociální konvence vyjadřující, že určité znaky reprezentují určité koncepty. Patřit ke stejné kultuře znamená mj. sdílet konceptuální a lingvistické univerzum (Čeněk a kol., 2016). Podstatné tedy je, že kultura má tyto vlastnosti: je naučená, sdílená, symbolická, integrovaná, racionální, dynamická a adaptivní (Soukup, 2011; cit. podle Čeněk a kol., 2016).

Právě kulturní odlišnosti, typické pro chápání kultury v užším smyslu, jsou nejčastějším důvodem ke vzniku kulturního šoku. Každá země používá v rámci své komunikace kulturní vzorce, což jsou naučená a závazná schémata pro jednání ve

standardních situacích, navenek vystupující v podobě obyčejů, mravů, zákonů a tabu (Soukup, 2000; cit. Podle Průcha, 2010). Při střetu kulturních vzorců může docházet k nepochopení a misinterpretaci vzájemné komunikace, což může vyvolat pocit nepochopení a odcizení. Kulturní vzorce se mohou projevit například ve specifickém používání jazyka, kdy cestovatel zjistí, že doposud naučený styl mluvy není dostačující, ve stravovacích návycích, zejména v typech jídel, které mohou být pro cestovatele těžko stravitelné, či ve způsobu mezilidských kontaktů, kdy některé zejména jižanské národy projevují vůči svým společníkům více fyzického kontaktu, než je cestovateli příjemné.

Každý jedinec si během svého života vytváří vlastní kulturní identitu, která ho začleňuje do společenství lidí okolo. Dítě si začíná tuto identitu vytvářet již od raného věku, kdy získává vědomí příslušnosti k určité kultuře, a přijímá očekávání, jež má k němu jeho okolí. Kulturní identita vystupuje ze skupinové identity, kterou lze chápat jako osobní spojení se skupinou, s níž společně sdílí určité sociální a kulturní charakteristiky. Dítě si postupně uvědomuje svoje skupinové identity a rozvíjí je (Morgensternová a kol., 2007). Kulturní identita se během života může do jisté míry změnit, avšak přijmout kulturní vzorce, které jsou výrazně odlišné od dosud přijímaných vzorců, je v pozdějším věku obtížnější.

4.1.2 Možnosti akulturace

Konfrontace různých kultur a jejich vzorců se odehrávala a stále odehrává od počátku civilizace. Následkem této konfrontace vzniká akulturace, což lze chápat jako proces kulturních změn, které jsou výsledkem kulturního kontaktu mezi různými kulturními skupinami. Jedná se o fenomén zkušenosti skupiny či jednotlivců, kteří jsou konfrontováni se změnami ve svém kulturním prostředí (Schmitz, 2001). Akulturace také může zahrnovat jevy vzniklé v době, kdy skupiny jednotlivců pocházejících z různých kultur vstupují do stálého, bezprostředního kontaktu, který vede ke změnám v původních kulturních vzorech jedné nebo obou skupin. Je spojena především s difuzí kulturních prvků a komplexů a migrací etnických systémů v prostoru. Na úrovni jednotlivce pak akulturace vstupuje jako proces sociálního učení (Vodáková a kol., 2004).

Na základě empirických výzkumů je obecně možné proces akulturace rozdělit do pěti základních fází:

- Konfrontace kultur, která vede postupně ke vzájemnému poznání kladů a záporů;
- Akceptování některých cizích kulturních obsahů a jejich selekce vzhledem k funkčnosti a atraktivnosti;
- Přijetí těchto kulturních obsahů do vlastního kulturního systému;
- Souběžná modifikace vlastního kulturního systému založená na jeho dekompozici, jež je spjatá s přijetím jedněch a eliminací druhých kulturních prvků;
- Akulturační reakce reprezentovaná na jedné straně odmítáním cizích vlivů, na straně druhé pozitivními postoji, jež vítají kulturní změny a inovace, které s sebou akulturace přináší (Vodáková a kol., 2004).

V odborné literatuře se lze setkat s několika výsledky akulturačního procesu:

- **Asimilace** je v interkulturní psychologii proces postupného včleňování jednoho etnika a jeho kultury do jiné kultury tak, že znaky původní kultury se ztrácejí a jsou nahrazovány znaky dominantní, přijímané kultury. V průběhu přirozené, nenásilné asimilace může docházet k vzájemnému obohacování participujících etnických a jiných společenství (Hartl a Hartlová, 2010). Asimilace je založena na častých kontaktech imigrantů s příslušníky hostitelské země, na poznávání a osvojování jejich jazyka, hodnot, norem a zvyklostí.
- **Segregace a separace.** Segregací se rozumí izolace většiny a menšiny, které vzájemně nespolupracují, jsou oddělené, vyhýbají se vzájemnému ovlivňování. Prudký (2010) toto nazývá oddělená existence. Kritériem a základním principem pro segregaci ve společnosti mohou být různé okolnosti. Jedním z principů je skutečnost, že menšinová skupina je fyzicky oddělena od většiny, a tento proces je často provázen představou, že příslušníci menšiny jsou méněcenní. Je považována za strategii dominantní skupiny (kultury), která vede k udržení kulturní identity jednotlivých skupin, mezi nimiž nedochází k výraznějším vzájemným kontaktům. (Čeněk a kol.,

2016) V případě, že rozhodnutí zůstat oddělen, vzejde od členů nedominantní skupiny (kultury), nazývá se tento proces separací. Stejně jako v případě segregace je výsledkem udržení si specifické kulturní identity jednotlivé skupiny.

- **Amalgamace** v sociální realitě vyjadřuje skutečnost, že menšina vždy předává některé své znaky většině a ta je včleňuje do svého systému chování a prožívání, do své kultury. Tuto strategii lze identifikovat velice obtížně, protože většina společností se skládá z majoritního obyvatelstva a jasně identifikovatelných menšin.
- **Marginalizace** jako další z akulturačních strategií představuje způsob vyrovnání se, ve kterém nedochází ke ztotožnění ani s jednou kulturou a dochází k neschopnosti přisoudit hodnotu jedné z kultur.
- **Integrace** se uplatňuje tehdy, pokud jedinec (nebo skupina) považuje hostitelskou kulturu za důležitou a přisuzuje jí hodnotu, přičemž si zároveň chce do jisté míry udržet kulturu vlastní (Čeněk a kol., 2016).

Každý z výše uvedených výsledků akulturačního procesu má své pozitivní i negativní důsledky. Mnozí cestovatelé, kteří odešli do jiné země za účelem začít zde novou etapu svého života, byli otevřeni asimilaci. Záměrně vyhledávali způsoby, jakými se mohli začlenit do většinové společnosti, aby dokázali lépe překonat negativní aspekty života v nové zemi. Jiná situace však nastává, vycestuje-li do nové země větší skupina jedinců nesoucí stejné kulturní zvyky. V rámci této skupiny panují tendence uchovat si známé způsoby chování i jednání, a spíše dochází k separaci od nové kultury. Tito jedinci jsou například méně ochotní začít se stravovat dle zvyklostí hostitelské země, častěji vyhledávají komunikaci s jinými jedinci hovořícími stejným jazykem, častěji také navštěvují kulturní akce jako skupina, což je nijak nemotivuje ke snaze kontaktovat okolní obyvatele. Snaha udržet si kontinuitu vlastní kultury v cizí zemi vedla například ke vzniku systému českých škol v různých městech Evropy, či k síti obchodů s polskými produkty ve městech Velké Británie a Irsku.

4.2 Psychologické aspekty

Kulturní šok vychází ze vzájemného působení psychických predispozic každého jedince a jeho reakce na nové podmínky života ve vybrané destinaci. Následující kapitola vystihuje základní osobnostní prvky, které mohou mít na průběhy a projevy kulturního šoku určitý vliv.

4.2.1 Geopsychologie

Psychologie v obecném měřítku představuje nástroj, který pomáhá odhalit příčiny chování lidí a umožňuje na ně působit a usměrňovat jejich chování. Pomáhá rozvíjet nové psychologické vlastnosti osoby. Psychologické vlastnosti jsou podstatné a poměrně trvalé znaky duševního života. Tvoří osobnost a ovlivňuje její chování a reakce na vnější podněty (Gavlovský, 2002).

Faktory, které mají vliv na způsob cestování a jeho prožívání, mohou být určité vrozené vlastnosti (talent, temperament nebo fyzická zdatnost), či vlastnosti získané během vývoje (výchovou, vlivem prostředí aj.). Na vývoji turismu se, v oblasti jednotlivce, podílí vlastnosti osobnosti jako celku: jeho schopnosti (dovednost, pracovitost), temperament (sangvinik, cholerik, melancholik), zájmy a charakter (Gavlovský, 2002). Někteří turisté jsou schopni opakovaně vycestovat bez doprovodu, jiní by naopak nevyjeli bez plně zajištěných služeb.

Specifickými oblastmi, které jsou často zmiňovány ve spojení s turismem a cestovním ruchem, jsou ekopsychologie a geopsychologie. Tyto dvě vědní disciplíny představují syntetická paradigmatata založená na psychologii a jsou používána zejména pro účely zkoumání interakce člověka s přírodou a krajinou. Geopsychologie přímo vychází ze zkoumání percepce krajiny a genealogie. Termín zůstává v mnoha případech spjatý s psychogeografií, tedy zkoumáním zákonitostí lokalizace psychických vlastností jedinců (například souvislost duševního života člověka s charakterem jím obývané krajiny). Využívá se především jako praktický úhel pohledu v managementu geoturismu (Venclová a kol., 2015). Zahraniční autoři (například Pecci, 1995) zcela programově zdůrazňují psychologický, sociální a také ekonomický rozměr setkávání se se světem v podobě cestování.

Geopsychologie představuje použití metod psychologie při uvažování o světě jako o převážně determinovaném neživou přírodou. Základním zkoumaným celkem je krajina jakožto současně prožívaná část zemského povrchu (tedy včetně biosféry, antroposféry a spiritosféry, jakožto následků krajínotvorných procesů). Geopsychologická krajina přitom nezahrnuje jen prostředí přímo vnímatelné v jednom okamžiku, ale celkovou představu (časoprostoru), kterou jedinec v daném momentě obsáhne. Jak uvádí Venclová, geopsychologie i ekopsychologie se zabývají také trvalými dopady a formujícím vlivem setkání s prostředím na psychiku člověka, díky čemuž mohou být některé techniky postupně propracovány až k psychoterapeutickému využití. V praktickém uplatnění lze narazit zejména na iniciativy využívající přírodní výchovu dětí k obnově jejich vztahu ke skutečnosti a přírodě (Venclová a kol., 2015).

Je tedy nepopíratelné, že cestovní ruch má významný dopad na jednotlivé části přírody. Ať již je důvod a cíl cesty jakýkoliv, vždy je nezbytné použít nějaký typ dopravního prostředku, najít prostor pro přenocování a cestu, po které se vydat. Znalosti z geopsychologie a ekopsychologie však mohou významně napomoci rozvoji tzv. ekoturismu, který si klade za cíl zmírnit dopady turismu a cestovního ruchu na přírodu.

4.2.2 Osobnostní a sociální faktory

Jak již bylo zmíněno, kulturní šok může u každého jedince probíhat jiným způsobem. Kromě viditelného vlivu změny prostředí mají na průběh prožívání kulturního šoku vliv také faktory, které jsou více či méně individuální. Některých osobnostních aspektů si nemusí být vědom ani sám jedinec, neboť se plně projeví teprve v rámci nutnosti adaptovat se na nové prostředí.

Jedním z takových faktorů je celková fyzická kondice jedince, mimo jiné i speciální zdravotní nebo stravovací potřeby. Nové prostředí představuje pro organismus zátěž, při níž se může projevit nízká schopnost organismu snášet změny vyvolané odlišným klimatem. Pro mnoho jedinců představuje závažnou a často podceňovanou negativní změnu nedostatek slunečního záření a častý déšť, což má za následek vyšší výskyt nemocnosti a fyzické či psychické nepohody.

Mezi sociální aspekty, které mohou pomoci zmírnit průběh kulturního šoku, patří podpora jedince jemu blízkými lidmi a to jak v jeho původní kultuře, tak i v kultuře nové. Je důležité mít někoho nablízku pro případnou pomoc nebo pouze pro navázání přátelského kontaktu. Pokud do nové destinace vycestuje několik jedinců najednou, kteří se navzájem znají a motivují, může to mít významný vliv na eliminaci kulturního šoku.

Jedním z nejvýraznějších aspektů, ovlivňujících vznik a průběh kulturního šoku, je jazyková bariéra, běžná u všech zahraničních studentů či nových pracovníků (Mori, 2000). Jazyková způsobilost má vliv jak na akademický úspěch, tak i na schopnost nalézt si adekvátní pracovní uplatnění, bydlení a sociální zázemí. Mori (2000) taktéž zdůrazňuje, že dostatečné jazykové znalosti mají přímý vliv na akademické i sociální výkony, přičemž sociální schopnosti mají zásadní vliv na přizpůsobení se cizí kultuře.

Průběh kulturního šoku mohou ovlivnit také obtížně definovatelné osobnostní proměnné, mezi něž patří emoční stabilita, zralost osobnosti a tolerance (Oropeza a kol., 1991). Jak již bylo uvedeno, svou roli hraje i jazyková vybavenost jedinců, která usnadňuje navazování vztahů, vyřizování formalit a ovlivňuje akademický a pracovní úspěch. Příprava na příjezd do nového prostředí, stejně jako různé kurzy zaměřené na zvládnání stresových situací, také mohou mít pozitivní vliv na omezení negativních prožitků popisovaných souhrnně jako kulturní šok (Oropeza a kol., 1991).

4.2.3 Základní kulturní rozdíly

Vzhledem ke vzniku Evropské unie a zjednodušených pravidel pro cestování mezi jednotlivými zeměmi je přirozené, že nejvíce turistů ve Velké Británii a Irsku pochází přímo z Evropy. Letenky i ubytování na mnoha místech lze pořídit za relativně přijatelné ceny. Ti, kteří cestují bez doprovodu zavedené cestovní kanceláře, mohou využít nabídky ubytování na některém z mnoha internetových ubytovacích serverů. Výhodou těchto destinací je fakt, že je zde angličtina úředním jazykem. Právě tento jazyk se obvykle na evropských školách vyučuje jako hlavní cizí jazyk, a proto se zde domluví téměř každý.

Právě přesvědčení o dobré jazykové vybavenosti však bývá zdrojem mnoha nedorozumění. Každá oblast Velké Británie či Irska má trochu jiný styl, jakým svůj mateřský jazyk používá, a proto nově příchozí často zjistí, že daný jazyk neovládá dostatečně. Jak uvádí Terry Tan, mnoho nově příchozích si při prvním vstupu na území Velké Británie kromě odlišného typu angličtiny povšimlo též vysoké úrovně zdvořilosti (Tan, 2010). Určitá rezervovanost je, dle jeho názoru, zapříčiněna spíše obavou z přílišného narušení soukromí druhé osoby, než ze snahy bránit své soukromí. Naproti tomu Irové, jak popisuje Levy (2004), jsou mnohem družnější a hovornější. Avšak i zde se anglický jazyk používá jinak, než jak se to může turista naučit v jazykové škole. Jejich angličtina je promíchána s irským jazykem, a proto si lze například všimnout, že Irové nepoužívají výrazy *ANO* a *NE*, pro něž v irštině nemají vyjádření. Místo toho používají například frázi *Je to tak* (Levy, 2004). Dokonce i turisté, kteří přijedou z Velké Británie do Irska, mohou prožívat kulturní šok. Některé oblasti Irska, které zůstávají pod vlivem irské kulturní minulosti, jsou od oblastí Velké Británie velmi odlišné.

Základní rozdíly jsou zde také v dopravě. V obou zemích se jezdí vlevo, z čehož vyplývá nutnost zvyknout si na odlišný způsob jízdy i přechodu přes křižovatky. Autobusová i vlaková doprava jsou zde jiné, zejména v Irsku se nelze dostat městskou či meziměstskou dopravou všude, kam by člověk potřeboval. Je nezbytné si zvyknout na řadu praktických odlišností, včetně jiných typů elektrických zásuvek či žárovek. Také určení času a délky bývá jiné – nejen z důvodu používání jiné metrické soustavy, ale též celkově jiného pojetí času a vzdálenosti.

4.3 Kulturní šok

Kulturní šok je psychologická dezorientace způsobená špatným porozuměním nebo úplným neporozuměním vzorců cizí kultury. Vzniká nedostatkem znalostí, omezenou zkušeností a osobní rigiditou (Harris & Morran, 1991). Termín samotný pochází od antropologa Kalerva Oberga, který do pojmu kulturní šok zařadil fázi nekritického nadšení, odmítání, postupného přivykání, a nakonec akceptaci nové kultury a zvyků a přizpůsobení se novým životním podmínkám (Oberg, 1960). Obergovo pojetí bylo základem pro mnohá pojednání o

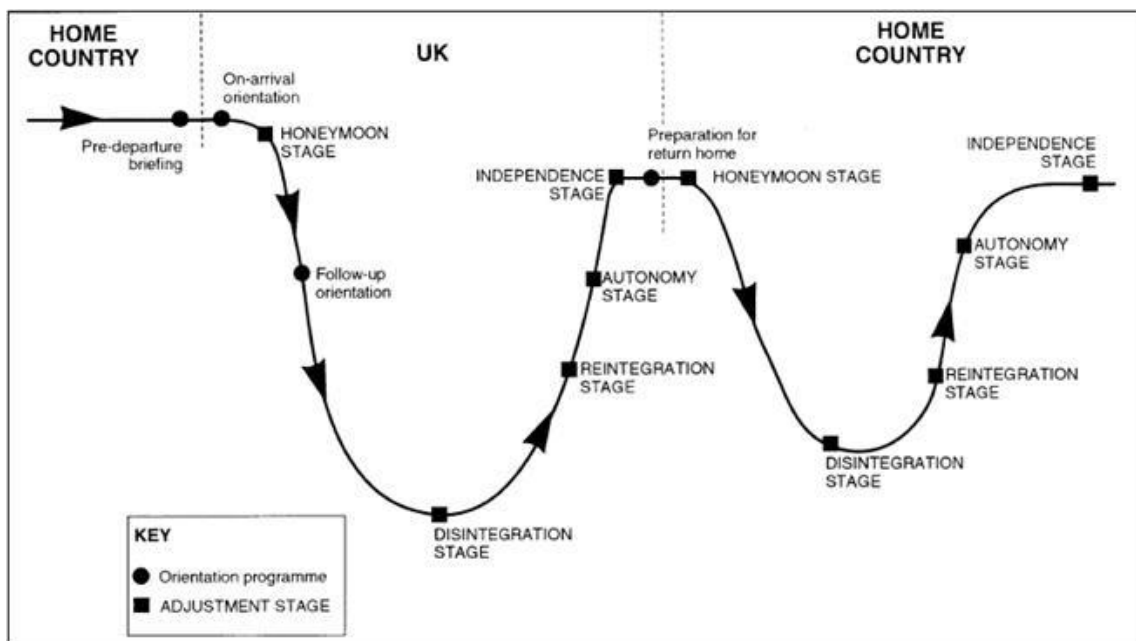
kulturním šoku, a to vědeckých i populárně naučných. Zpočátku byly zdůrazňovány převážně negativní aspekty kulturního šoku jako úzkostnost, zmatenost či dezorientace ovlivňující běžné chování, nízká sebedůvěra, nedůvěra k ostatním až nepřátelství či psychosomatické potíže. Kulturní šok byl tedy zvažován především z medicínského hlediska, v němž se předpokládá nevyhnutelná patologická reakce na interkulturní kontakt a jedincům byla přisuzována spíše pasivní účast (alespoň na počátku vystavení nové kultuře).

4.3.1 Průběh kulturního šoku

Intenzita prožívání a délka kulturního šoku závisí na řadě faktorů, z nichž nejdůležitějším je pravděpodobně rozdílnost mezi domácí a cizí kulturou. Z hlediska osobnostních předpokladů jsou, dle doložených studií, důležité flexibilita, adaptace a míra tolerance vůči neznámému (Tu a Sullivan, 1994; Morgensternová a kol., 2007). Lidé disponující těmito vlastnostmi jsou v rámci svého pobytu v zahraničí úspěšnější. Naopak nepřizpůsobiví a rigidní jedinci inklinují k malé schopnosti začlenit se do cizí společnosti a vytvářejí si určitou formu obrany, například ve formě stereotypů.

Průběh šoku probíhá v křivce tvaru U, popřípadě dvojitého U (při šoku z návratu). K tomuto zobrazení se přiklání například Swallow (2010), která průběh kulturního šoku znázornila následující křivkou:

Obrázek 1: Průběh kulturního šoku dle Swallow (2010)



Zdroj: Internetové stránky www.deborahswallow.com

Výše uvedený obrázek obsahuje dvakrát pět stadií kulturního šoku – první část křivky se vztahuje na pobyt v cizí zemi (Swallow se zaměřuje na pobyt ve Velké Británii) a druhá zobrazuje průběh po návratu do domácího prostředí. Počátek křivky zobrazuje období těsně před a těsně po příchodu do cizí země a zahrnuje v sobě části, které Morgensternová řadí odlišně jako předfáze (před vlastním odjezdem do ciziny) a lůbáňky (první kontakt – první týdny či měsíce života v cizině). Jedinec se začíná orientovat, je postaven před odlišné situace bez dostatečného zázemí, a dostaví se stadium dezintegrace. Morgensternová tuto fázi popisuje jako vlastní kulturní šok (konflikt), neboť se naplno projeví kulturní rozdíly a jedinec je nucen zvolit určitou variantu vyrovnání.

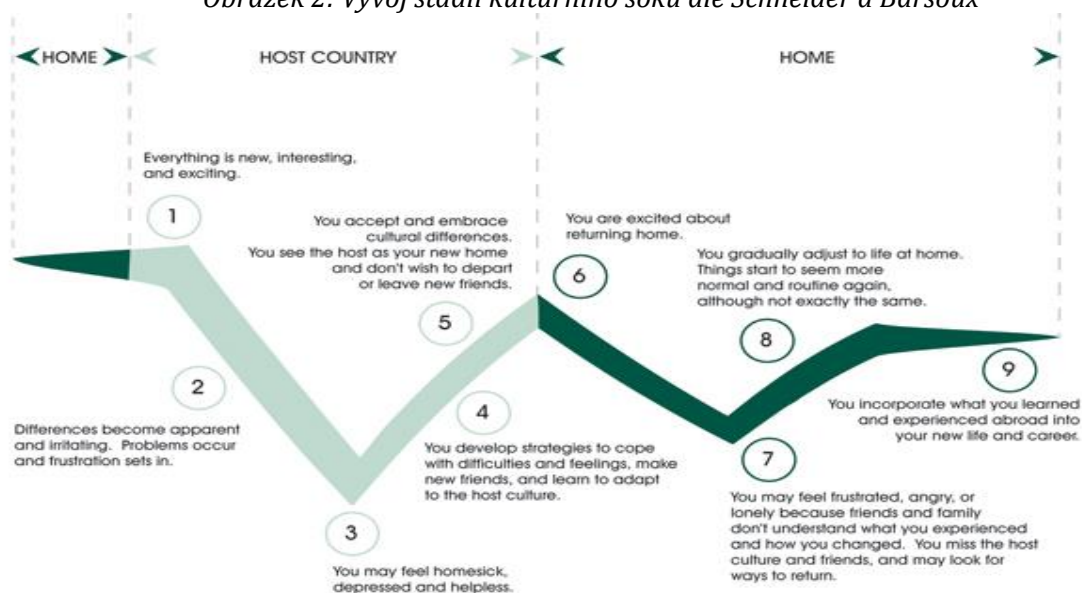
Následující tři stadia se vztahují k průběhu vyrovnávání. Morgensternová třetí fázi nazývá postupné přizpůsobování, v ní přichází krize. Swallow uvádí pro toto období název období reintegrace, kdy dotyčný prozkoumává okolí svého nového domova, avšak doposud se nevyrovnal s novou kulturou, jazykem či jídlem. V této fázi mohou vzniknout předsudky a určitý pocit nadřazenosti. Dotyčný pochybuje o schopnosti zvládnout život v cizí zemi a nezřídka si idealizuje život v domovské zemi. Čtvrté stadium je dle Morgensternové obdobím adaptace, Swallow toto stadium rozděluje na dvě období – období získávání autonomie, kdy jedinec přijímá kulturu a její vlivy na jeho osobnost, získává určitý vhled do situace,

v níž se nachází, a znovu nabývá ztracenou sebejistotu. Je schopen čelit každodenním problémům, vychází z izolace a otevírá se novým přátelstvím. Poté následuje období nezávislosti, v níž dotyčný rozumí kultuře a světu kolem sebe, nazírá na ni realisticky, přijímá nové prostředí za svůj domov. Nové situace jsou mu již známé, cítí se v nich pohodlně a sebejistě. Nastává smíření se s novým životem (Swallow, 2010).

Po návratu do domovské země obvykle nastává šok z návratu (Morgensternová a kol., 2007). Swallow namítá, že po návratu je jedinec vystaven podobné křivce kulturního šoku, jako když přijel do cizí země, zejména jednalo-li se o dlouhodobý pobyt. Jak naznačuje výše uvedený obrázek, období dezintegrace není tak dlouhé a hluboké, neboť povětšinou má jedinec ve své domovině podporu svých známých či rodiny.

Jiní autoři však navrhli odlišné pojetí vývoje stadií kulturního šoku. Schneider a Barsoux (2003) navrhli křivku ve tvaru W, která je znázorněna na následujícím obrázku.

Obrázek 2: Vývoj stadií kulturního šoku dle Schneider a Barsoux



Zdroj: Schneider a Barsoux, 2003, s. 188

V jejich pojetí se vývoj kulturního šoku dělí do devíti období. První zahrnuje okouzlení vším novým, vše je zajímavé. Ve druhém období jsou zdůrazněny

odlišnosti mezi známou a novou kulturou, které jsou často iritující a frustrující. Třetí období je naplněno steskem po domově a pocitem zoufalství a bezmoci. Čtvrté období je charakteristické přijetím určitých adaptačních mechanismů a strategií, které pomáhají vyrovnat se s nastalou situací. Páté období se vyznačuje sebedůvěrou, schopností navázat nová přátelství, přijetím nového domova za svůj. Šesté období přichází po návratu domů, v němž je jedinec nadšený z návratu domů. Následuje období frustrace, neboť přátelé a rodina nerozumějí prožitkům, které jedinec při pobytu v zahraničí zažil, jedinci se stýská po přátelích a zážitcích ze zahraničí. V osmém období se jedinec přizpůsobuje nové situaci ve staré domovině, dostává se do denní rutiny. V posledním, devátém období, dokáže jedinec implementovat své zážitky a zkušenosti do své současné životní situace (Schneider a Barsoux, 2003).

Dnes, ačkoliv se odborníci převážně shodují v tom, že interkulturní kontakt je zkušenost pro jedince v mnoha případech náročná a stresující, je kulturní šok chápán především v rámci teorie stresu a zvládnání (Ward, Bochner & Furnham, 2003). Také výzkumy se zaměřují na moderující faktory, které mohou mezikulturní kontakt a adaptační proces usnadnit. Jedná se zejména o získání odpovídajících sociálních dovedností a řízení životních změn způsobujících stres pomocí vhodných copingových strategií. Současné přístupy tak popisují jedince jako aktivně reagujícího a konstruktivně řešícího problémy v rámci interkulturního kontaktu (Ward, Bochner & Furnham, 2003). S touto změnou v orientaci (přístupu) souvisí i změna terminologie a zvyšující se preference pro používání termínu akulturace namísto kulturního šoku. S pojmem kulturní šok se setkáváme i nadále, je mu ale přisuzován jiný význam než v původním Obergově pojetí a odborníci používající tento pojem na to důrazně upozorňují. Autoři Ward, Bochner a Furnham (2003) přistupují ke kulturnímu šoku jako k aktivnímu procesu zvládnání změn pramenících z interkulturního kontaktu. Označením kulturní šok, který se objevuje i v názvu jejich knihy „The Psychology of Culture Shock“, se snaží především upoutat pozornost k faktu, že „interakce během kontaktu mezi různými kulturami mohou být a obvykle jsou obtížné, nepříjemné a stresující“ (Ward, Bochner & Furnham, 2003). Vedle toho Bochner (2003) naznačuje, že tomu tak nemusí být nevyhnutelně,

resp., že mnoho okolností kontaktu s rozdílnými kulturami může představovat uspokojivou zkušenost.

4.3.2 Akulturační stres

Někteří z badatelů, kteří Oberga následovali (např. Berry a kol., 2002; Morgensternová a kol., 2007) ztotožňují pojem kulturní šok s pojmem akulturační stres. Preference používání termínu akulturační stres souvisí zejména s možnou negativní konotací slova šok, avšak oba termíny v sobě zahrnují prožívání určitých obtíží, které v sobě pobyt v cizí kultuře a snaha přizpůsobit se odlišnému životnímu stylu přináší (Morgensternová a kol., 2007).

Také další odborníci postupně věnovali pozornost pozitivním okolnostem kulturního šoku, který může přinášet i seberozvoj či osobní růst (Furnham, 1997). Například David (1971 cit. podle Furnham, 1997) popisuje kulturní šok jako přechodovou zkušenost, která může vést k osvojení nových hodnot, postojů a vzorců chování. V soudobé literatuře se vedle kulturního šoku setkáváme i s významným pojmem akulturační stres. Oba pojmy bývají často používány v podobném kontextu, resp. označují problematický aspekt kontaktu s rozdílnou kulturou a následné adaptace (Berry, 1997). Akulturační stres chápe Berry jako „odpověď jedince na životní události pramenící z interkulturního kontaktu, kdy zkušenosti jedince jsou hodnoceny jako problematické, ale kontrolovatelné a zvládnutelné“ (Berry, 2006). Vedle toho kulturní šok je v dnešním pojetí označován jako „dočasná stresová reakce“, kdy hlavní psychologické a materiální odměny jsou nejisté, a proto obtížně kontrolovatelné a předvídatelné (Furnham, 1997). Autoři tak alternativně označují velmi podobnou psychologickou problematiku, preference označení vychází především z teoretického zázemí jejich přístupu. Konkrétně v rámci teorie stresu je častěji užíván pojem akulturační stres (Berry, 2006; Kopic, 2004), naopak zastánci teorie kulturního učení uplatňují převážně označení kulturní šok (např. Ward, Furnham Bochner, 2003; Bochner, 2003).

Mnozí autoři ale upozorňují na významový rozdíl mezi oběma pojmy. Berry (2006), který je spíše zastáncem přístupu vycházejícího z teorie stresu a zvládnání, upřednostňuje označení akulturační stres, a to ze dvou důvodů. Výraz „šok“ má

především negativní konotaci a naznačuje, že výsledkem interkulturního kontaktu jsou vždy určité obtíže. Ačkoliv pojem stres má teoretický základ ve studiu zvládnání negativních zkušeností, zároveň je zdůrazňována potenciální schopnost jedince efektivně zvládat stresové situace a působící stresory, a dosáhnout tak různého adaptačního výsledku od velmi negativního až po velmi pozitivní. Z pohledu teorie stresu tak může být akulturační zkušenost omezující, neboť bere člověku životní šance např. díky omezeným možnostem, stejně jako příznivá, neboť nabízí atraktivní možnosti a zajímavé zkušenosti.

Nicméně zážitek „šoku“ může proběhnout na počátku akulturačního procesu, především je-li provázen náhlými a negativními událostmi, jako jsou válka, etnický konflikt apod. Druhý důvod preference pro pojmenování akulturační stres je ten, že zdroj stresující zkušenosti leží v interakci mezi kulturami (tj. akulturační) pravděpodobněji než pouze na straně jedné či druhé kultury (tj. kulturní). Tato námitka je však spíše lingvistického charakteru než skutečné podstaty významu, v jakém se dnes pojem kulturní šok používá. Furnham (1997) v této souvislosti nabízí ještě jiný pohled. Akulturační stres může být nahlížen jako důsledek kulturního šoku. Je to především stres, který pramení z uvědomování si, zažívání a osvojování kulturně odlišných norem a restrikcí. Akulturační stres se tak popisuje na jedné straně jako funkce velikosti zažitého kulturního šoku, na druhé straně jako funkce dalších individuálně odlišných proměnných.

Někteří z ostatních autorů, například Ward, Bochner & Furnham (2003) uplatňují pojem kulturní šok obecněji ve smyslu reakcí jedinců na nové a neobvyklé situace, kdy ve svém komplexním pojetí (viz ABC model kulturního šoku, resp. akulturace) respektují vedle afektivních komponentů stejně tak behaviorální a kognitivní složku. Kulturní šok, který byl zpočátku zkoumán především jako emocionální reakce na setkání s neznámou kulturou, je tedy v jejich přístupu chápán nejen v rámci teorie stresu a zvládnání, ale stejně významně i v rámci teorie kulturního učení.

4.4 Shrnutí

Teoretická část pojednává o současných poznatcích interkulturní psychologie, které mohou mít vliv na projevy kulturního šoku. Důležitým aspektem jsou zejména osobnostní, sociální i kulturní aspekty zkoumaného jedince, přičemž odborná literatura uvádí, že důležitý prvek spočívá také v míře vzájemné kulturní odlišnosti. Pro pochopení dané problematiky jsou také stručně popsány možnosti začlenění nově příchozích imigrantů do společnosti. Samostatná kapitola se zaměřuje na kulturní šok a jeho projevy, s přihlédnutím k jednotlivým fázím kulturního šoku, kterými obvykle jedinec prochází. Důležitým zjištěním je skutečnost, že jedinec může procházet kulturním šokem nejen při příchodu do nové kulturní oblasti, ale také při návratu do své původní kultury, zejména v případě, že v jiné kulturní oblasti pobýval dlouhodobě.

5 Praktická část

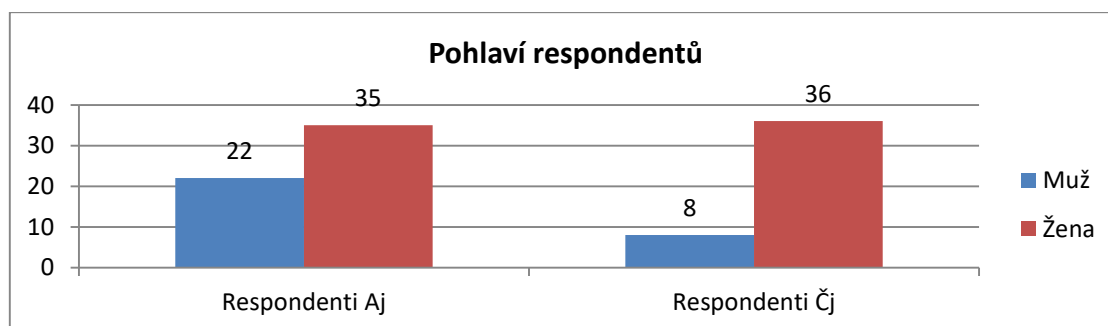
5.1 Analýza dotazníků

Výzkumná část této práce je založena na analýze odpovědí získaných dotazníkovým šetřením. Vybraný vzorek dotazovaných se skládá z osob, které dosud žijí ve Velké Británii či Irsku, nebo které se v tomto roce z vybrané destinace vrátily. Dotazník je sestaven z patnácti otázek v českém a anglickém jazyce, s cílem oslovit širší skupinu lidí pocházejících nejen z České republiky ale i zahraničí. Hlavním motivem je odhalit míru informovanosti cestovatelů o dané destinaci před odjezdem, o oblastech, které pro ně představovaly největší výzvu, zda a jakým způsobem se u nich kulturní šok projevil a v neposlední řadě, jak se s tímto jevem dokázali vyrovnat.

Otázka č.1

Otázka č.1 byla zaměřena na zjištění, kolik mužů a žen se účastnilo výzkumu. Z níže uvedeného grafu je patrné, že muži respondenti představovali pouze menšinu respondentů. Z anglicky hovořících respondentů bylo 39 % mužů, zatímco česky hovořících respondentů bylo z celkového počtu 18 %. Z celkového počtu dotázaných se průzkumu účastnilo 61 % žen, které vyplnily anglickou verzi dotazníku, a 82 % žen, které si zvolily českou verzi dotazníku.

Graf 1: Jste muž/žena? Are you male/female?

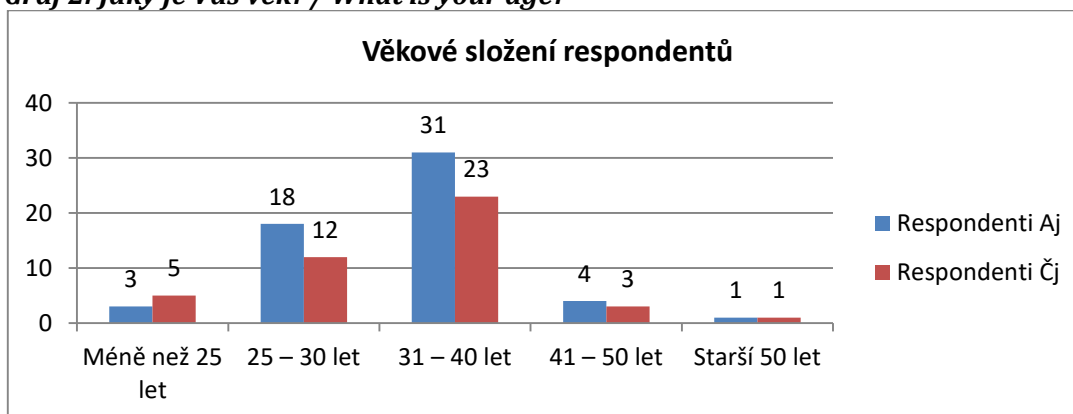


Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Otázka č.2

Otázka č.2 byla zaměřena na zjištění věkového složení respondentů. Ze zjištěných údajů vyplývá, že mezi anglicky i česky mluvícími respondenty se více než 50 % nachází v rozmezí 31 – 40 let. Druhou nejpočetnější skupinou jsou osoby ve věku 25 – 30 let, přičemž respondenti anglické verze dotazníku zvolili tuto možnost ve 32 % případů, zatímco čeští respondenti se v této kategorii nacházeli pouze ve 27 % případů. Pouze 2 % respondentů byli starší 50 let, a méně než 25 let bylo 5 % anglickým a 11 % českým respondentům. Mezi 41 – 50 lety bylo shodně 7% dotázaných z každé zkoumané skupiny.

Graf 2: Jaký je Váš věk? / What is your age?

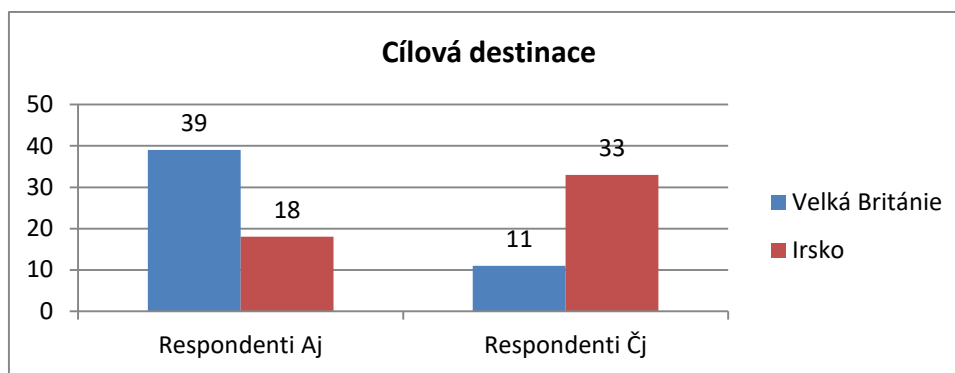


Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Otázka č.3

Otázka č.3 byla položena s cílem zjistit, v jaké ze dvou nabízených zemí respondenti pobývali či pobývají. Z výsledků vyplývá, že 68 % anglických respondentů se nacházelo či nachází ve Velké Británii, zatímco 75 % českých respondentů si za svou destinaci zvolilo Irsko.

Graf 3: Jaká je nebo byla Vaše cílová destinace? What is or was your destination?

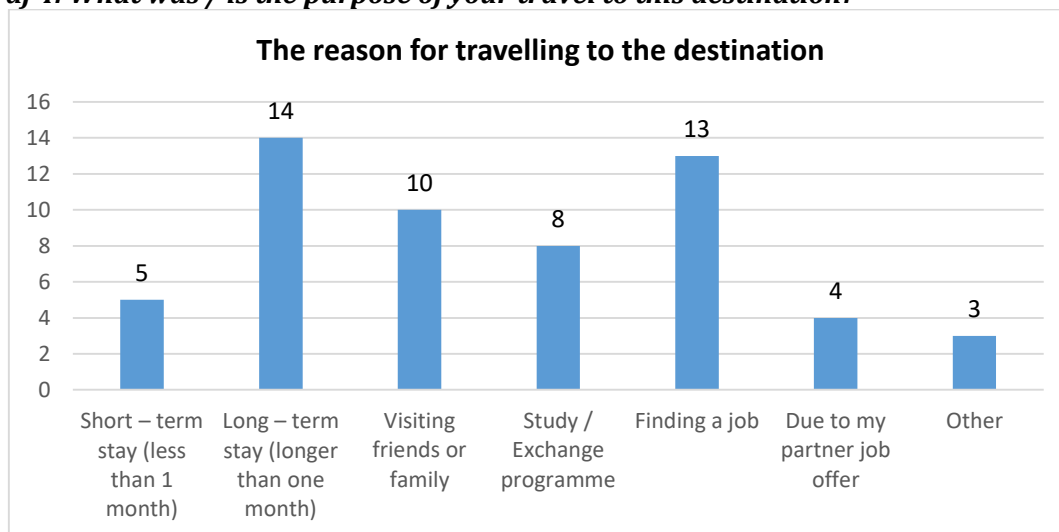


Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Otázka č.4

Otázka č.4 byla zaměřena na zjištění, za jakým účelem respondenti do dané destinace vycestovali. Z analýzy výsledků vyplynulo, že téměř 25% anglicky mluvících respondentů vycestovalo za účelem dlouhodobého pobytu, a dalších 23 % do nové destinace přijelo za cílem nalézt si zaměstnání. Pouze 7 % přijelo do nové destinace kvůli nabídce zaměstnání partnera, a necelých 9 % uvedlo, že v dané destinaci strávili méně než jeden měsíc.

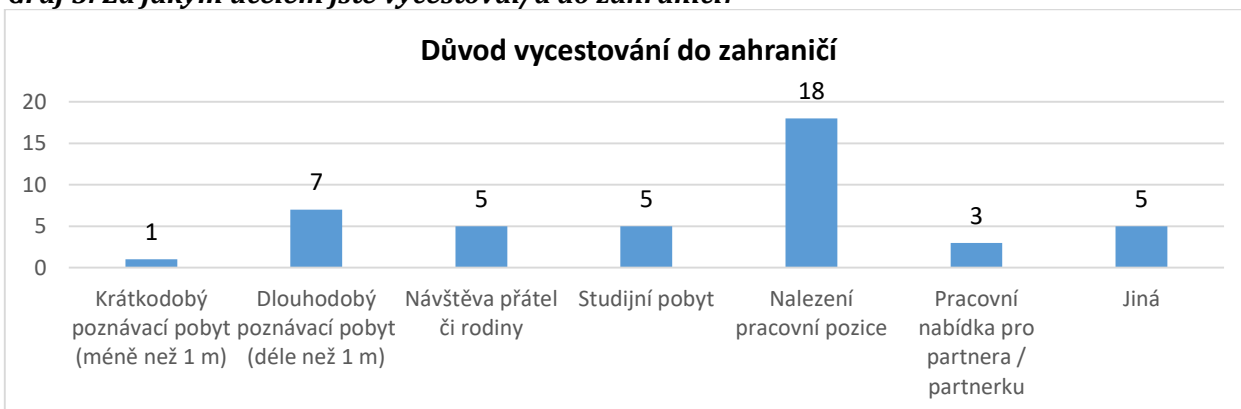
Graf 4: What was / is the purpose of your travel to this destination?



Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Čeští respondenti uvedli jako hlavní důvod pro vycestování nalezení pracovní pozice ve 40,9 % případů. Téměř 16 % respondentů přijelo do nové destinace za účelem dlouhodobého poznávacího pobytu, a 11,4 % uvedlo, že do nové destinace přicestovali za účelem studijního pobytu. Stejné procento odpovědělo, že do této destinace přijeli za účelem návštěvy přátel. Poměrně významné procento (11,4 %) také zvolilo možnost *Jiné*, což obsahovalo zejména pracovní cestu (z nařízení současného zaměstnavatele).

Graf 5: Za jakým účelem jste vycestoval/a do zahraničí?



Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Otázka č.5

Otázka č.5 byla zaměřena na délku pobytu respondentů ve vybrané destinaci. Více než čtvrtina respondentů (26,3 %), kteří vyplnili anglickou verzi dotazníku, zůstala v destinaci více než devět let, a další více než pětina dotázaných (22,8 %) setrvala ve vybrané destinaci mezi 2 – 4 lety. Téměř pětina respondentů (19,3 %) zůstala ve vybrané zemi méně než jeden rok, ale více než 6 měsíců. Nejméně respondentů (8,8 %) zůstalo v dané destinaci méně než 6 měsíců, avšak déle než jeden měsíc. Jedna desetina respondentů pak zůstala v dané destinaci méně než rok, avšak déle než šest měsíců.

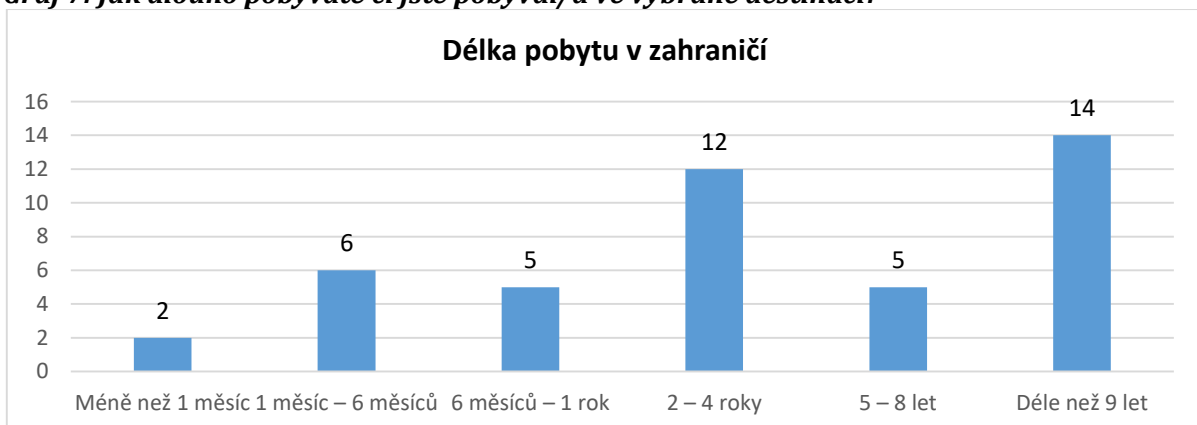
Graf 6: How long have you been staying in this destination?



Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Také téměř jedna třetina českých respondentů (31 %) zůstala ve vybrané destinaci více než devět let. Jako druhá nejčastěji zvolená délka pobytu (27,3 % respondentů) se ukázala délka 2 – 4 roky. Nejméně dotázaných (4,5 %) pak zvolilo možnost méně než jeden měsíc, na rozdíl od anglicky hovořících respondentů, kteří v dané destinaci strávili méně než měsíc v 7 případech.

Graf 7: Jak dlouho pobýváte či jste pobýval/a ve vybrané destinaci?

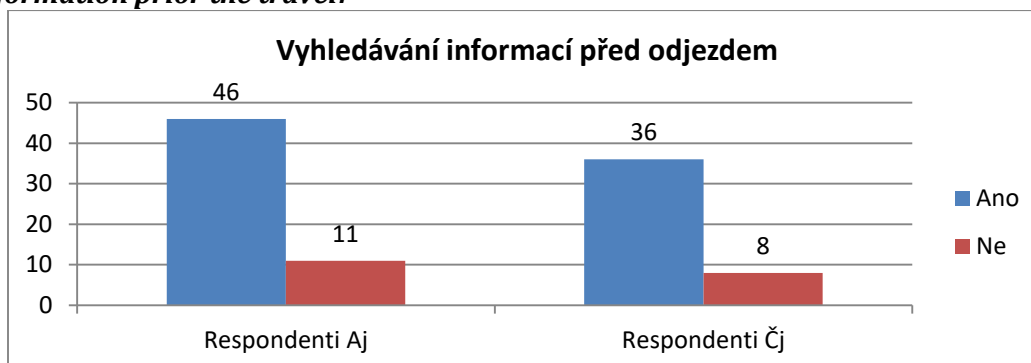


Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Otázka č.6

Otázka č.6 byla položena s cílem zjistit, zda si respondenti vyhledali informace o dané destinaci ještě před plánovaným odjezdem. Informace z obou zkoumaných skupin jsou podobné. Více než 80 % anglicky i česky hovořících respondentů si informace vyhledalo, zatímco téměř 20% nikoliv.

Graf 8: Vyhledal/a jste si informace před odjezdem? / Have you looked up any information prior the travel?

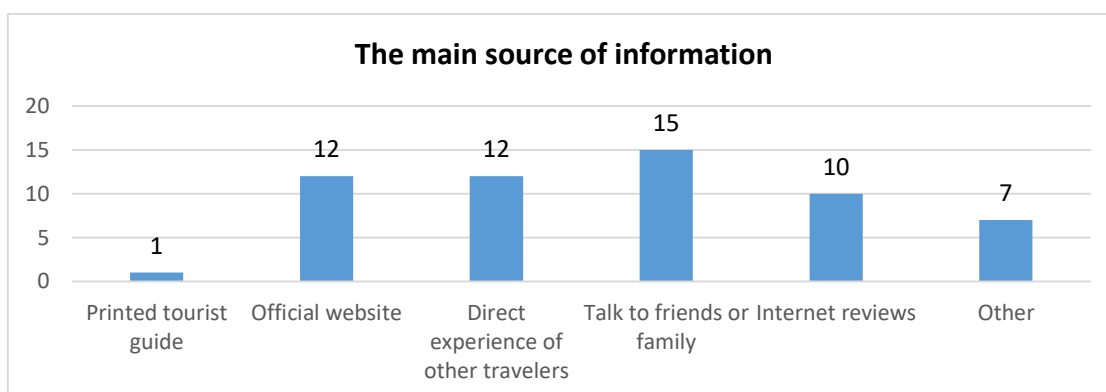


Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Otázka č.7

Otázka č.7 měla zjistit, z jakých zdrojů čerpali respondenti informace o své cílové destinaci. Více než čtvrtina respondentů (26,3 %) získala potřebné informace od své rodiny či přátel. Dvě další možnosti, získání informací z oficiální webové stránky či z přímého svědectví zkušených cestovatelů, uvedlo shodně 21,1 % respondentů. Internetové recenze pak uvedlo pouze 17,5 % dotázaných. Nejméně respondentů (1,8 %) čerpalo informace z tištěných turistických průvodců, avšak poměrně vysoké procento dotázaných (12,3 %) se dozvědělo důležité informace z televize či sociálních sítí, což uvedli pod možností *Jiné*.

Graf 9: If yes, what was your main source of information?



Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Odpovědi získané od českých respondentů ukázaly odlišné výsledky. 38,6 % respondentů si informace vyhledalo na webových stránkách, zatímco jedna pětina (20,5 %) dotázaných získala potřebné znalosti od ostatních cestovatelů. V rámci porovnání českých respondentů s anglicky mluvícími respondenty vyhledalo informace u někoho z rodiny či přátel o polovinu méně respondentů (13,6 %) než tomu bylo u anglicky hovořících respondentů. Nejméně respondentů (4,5 %) vyhledalo potřebné informace v internetových recenzích. Podobný počet českých (11,4 %) a anglicky mluvících respondentů vyhledal informace jinde, tedy v televizi či sociálních sítích (čeští respondenti uvedli zejména Facebook či Twitter).

Graf 10: Pokud ano, jaký byl hlavní zdroj těchto informací?

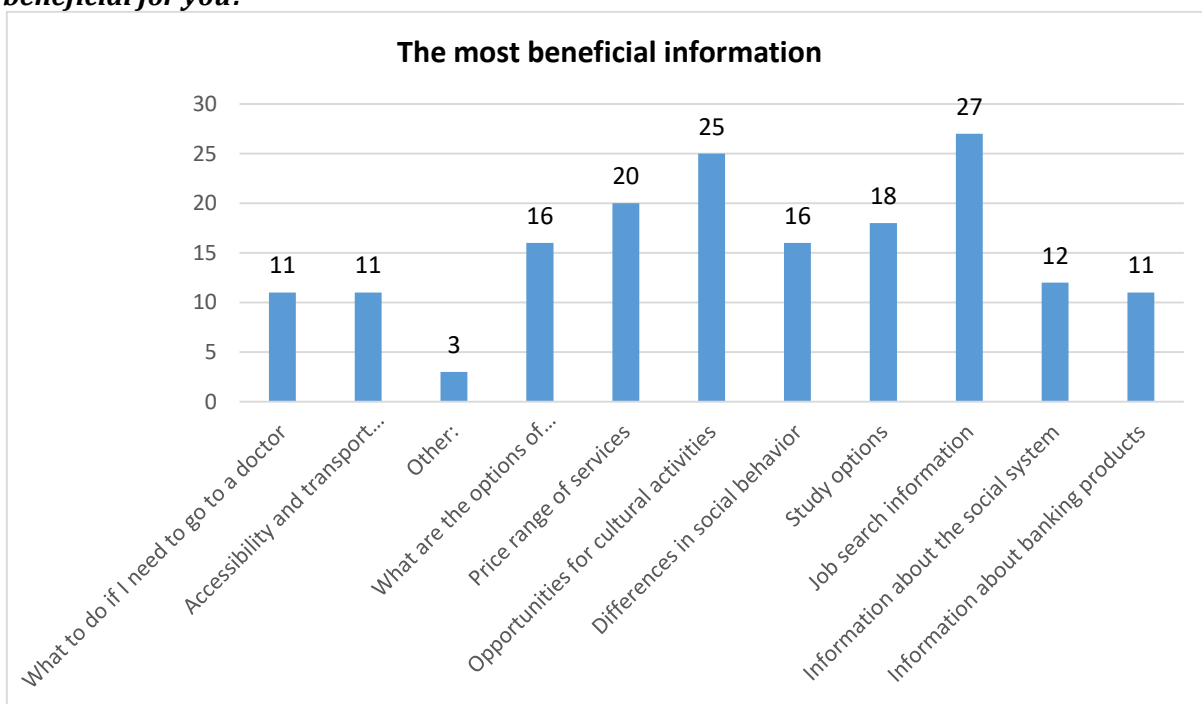


Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Otázka č. 8

V otázce číslo osm respondenti uváděli, jaký druh informací byl pro ně nejužitečnější. Anglicky mluvící respondenti téměř v padesáti procentech případů (47,4 %) uvedli, že nejužitečnější informace se vztahovala k nalezení pracovního uplatnění. Poměrně vysoký počet respondentů (43,9 %) také uvedl, že velmi užitečné se ukázaly informace pojednávající o možnostech kulturního vyžití. Více než třetina dotázaných (35,1 %) pak jako přínosnou vnímala informaci o cenové relaci potřebných věcí v dané destinaci. Pouze jedna pětina respondentů považovala za přínosné dozvědět se více o sociálním systému dané země (21 %) či o zdravotní péči (19,3 %). Nejmenší počet respondentů (5,3 %) zvolil možnost *Jiné*, nebylo však specifikováno, jakou jinou informaci považovali za přínosnou.

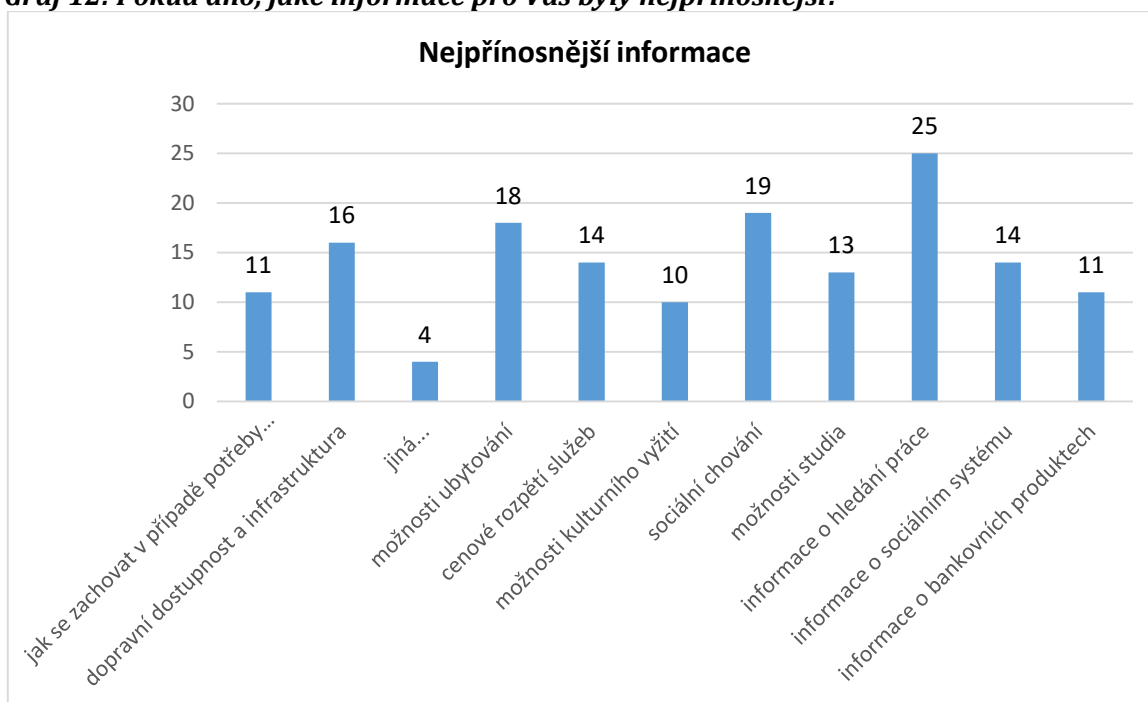
Graf 11: If yes, what kind of information about selected destination was the most beneficial for you?



Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Také více než polovina českých respondentů (56,8 %) považuje za přínosné zjistit informace o možnostech nalezení zaměstnání. Zatímco anglicky mluvící respondenti uvedli důležitost zjištění sociálních odlišností pouze ve 28 %, čeští respondenti toto považují za důležitou vědomost ve 43,2 % případů. Vyšší procento českých respondentů (40,9 %) si také potřebovalo zjistit, jaké jsou v cílové destinaci možnosti ubytování. Vyšší procento respondentů než v předešlém případě považovalo důležité zjistit si informace o sociálním systému (31,8 %) a zdravotním systému (25 %). Naopak výrazně méně českých respondentů si zjišťovalo informace o kulturním vyžití (22,7 %).

Graf 12: Pokud ano, jaké informace pro Vás byly nejpřínosnější?

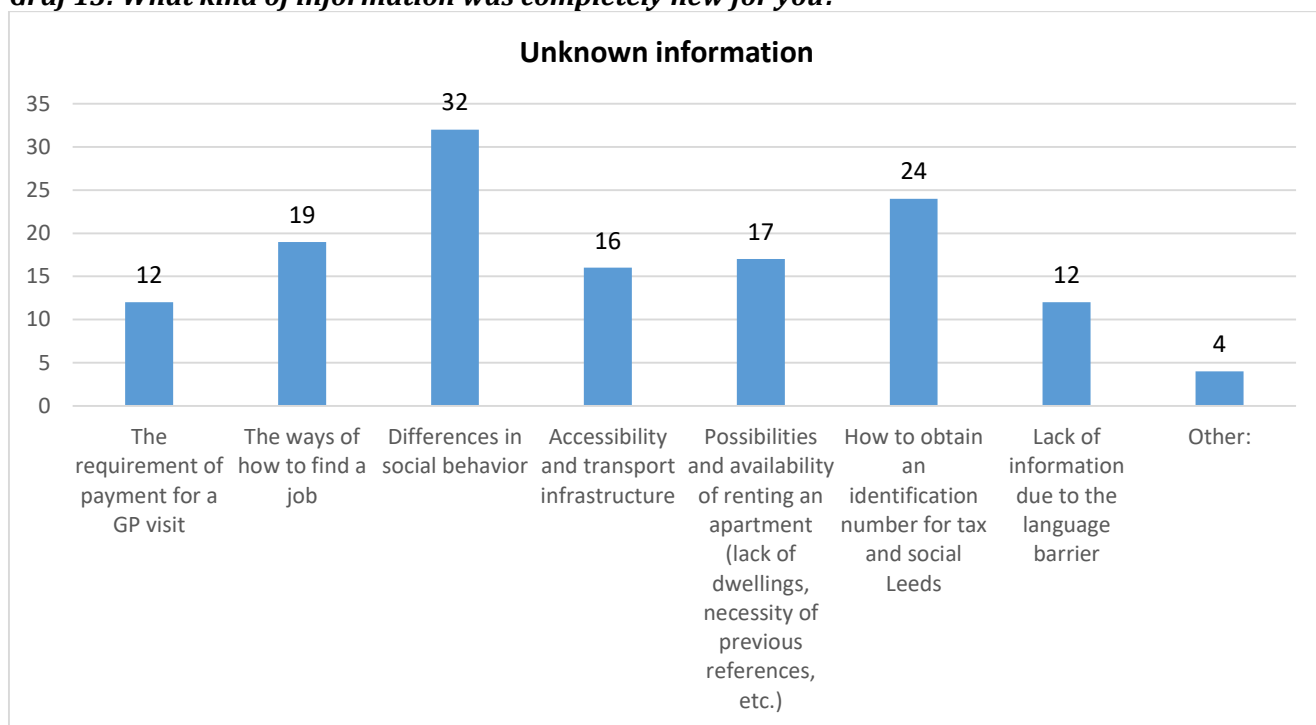


Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Otázka č.9

V otázce č.9 bylo zjišťováno, jaké informace byly pro respondenty naprosto nové. Nejvyšší počet odpovědí mezi anglicky mluvícími respondenty získala možnost *Rozdíly v sociálním chování* (56,1 %). Druhý nejvyšší počet odpovědí (42,1 %) získala informace vztahující se k žádosti o číslo sociálního pojištění. Třetí novou informací, kterou uvedla třetina respondentů (33,3 %), se týkala způsobu, jakým lze nalézt zaměstnání. Nejmenší počet odpovědí (7,0 %) bylo získáno v odpovědi *Jiné*, kde však nebylo specifikováno, jaké jiné informace byly pro tyto respondenty naprosto nové.

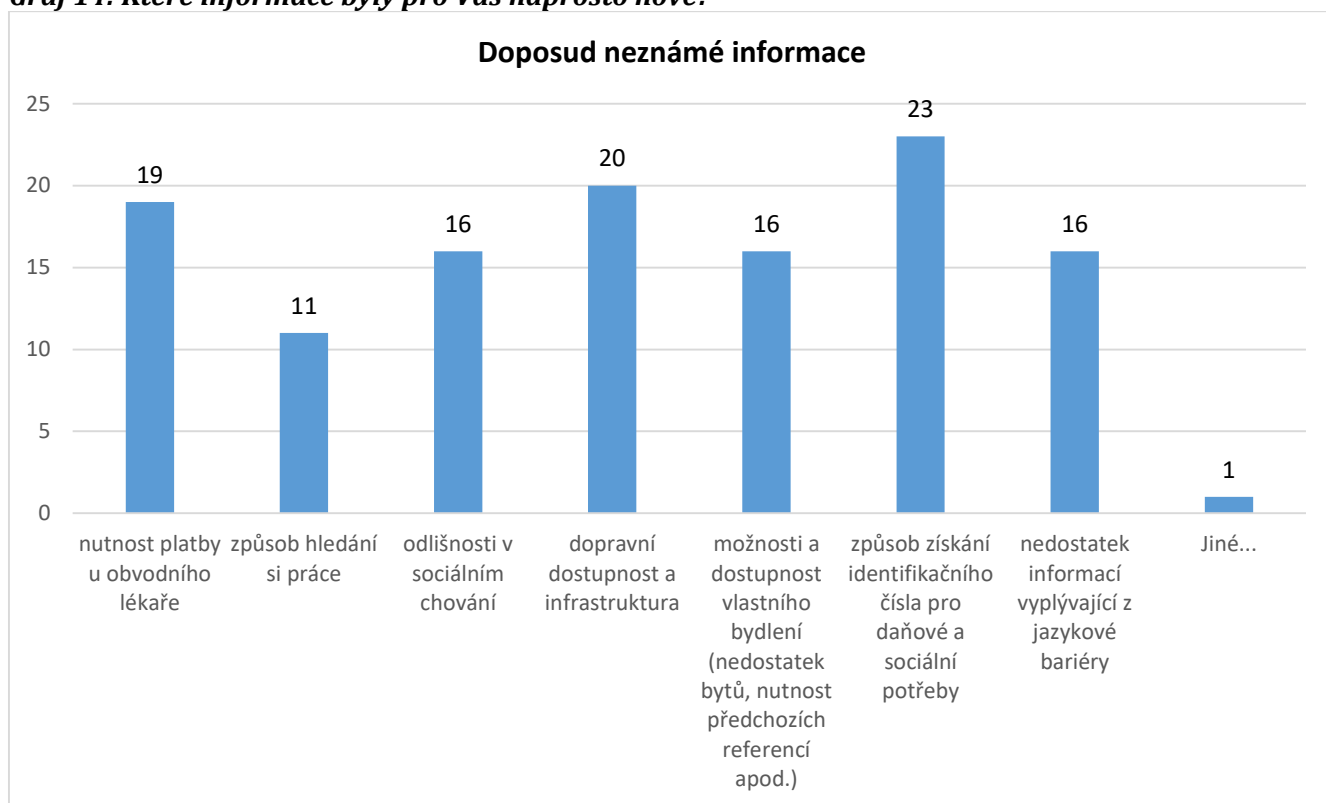
Graf 13: What kind of information was completely new for you?



Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Pro české respondenty se jako naprosto nová jevila informace o získání čísla sociálního pojištění. Tuto možnost zvolila více než polovina respondentů (52,3%). Druhou, nejčastěji uváděnou informací, je informace vztahující se k dopravní dostupnosti a infrastruktuře, kterou zvolilo 45,5 % dotázaných. Více než třetina českých respondentů (36,4 %) považovala za nové informace vyplývající z jazykové bariéry, a stejný počet respondentů také uvedl informace o možnosti a dostupnosti vlastního bydlení a odlišnosti v sociálním chování. Více než dvě pětiny dotázaných (43,2 %) považovaly za zcela novou informaci o platbách u obvodního lékaře. Naopak minimum respondentů (2,3 %) zvolilo možnost *Jiné*.

Graf 14: Které informace byly pro Vás naprosto nové?

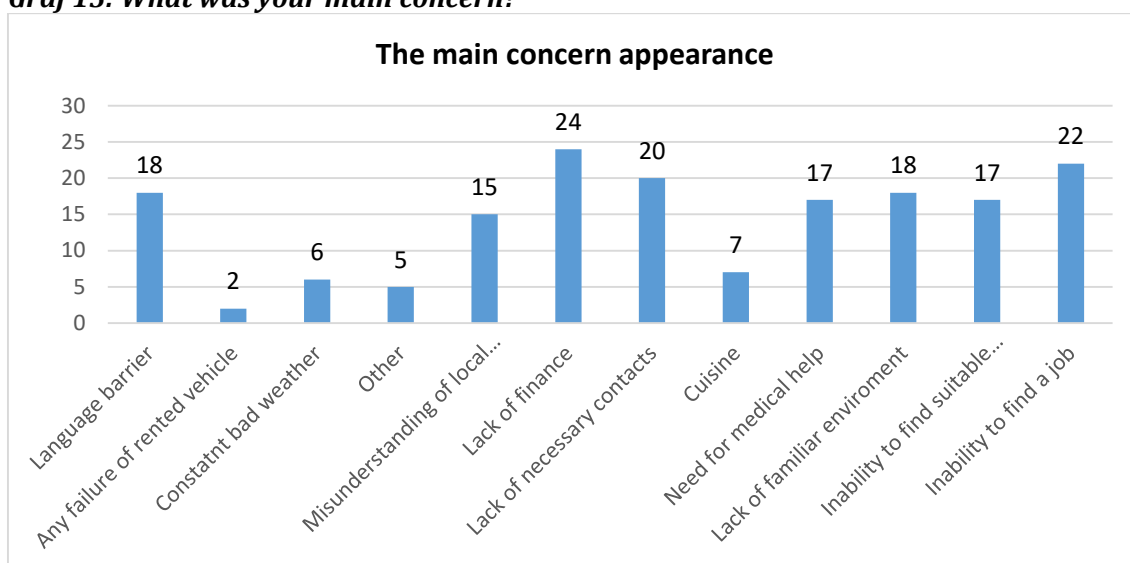


Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Otázka č.10

Otázka č.10 se vztahovala ke zjištění, jaké oblasti představovaly pro respondenty největší zdroje obav. Pro 42,1 % anglicky mluvících respondentů byla zdrojem obav představa, že nebudou mít dostatek finančních prostředků pro pobyt ve vybrané destinaci. Více než třetina dotázaných se také obávala neschopnosti nalézt si zaměstnání (38,6 %) a obavy také plynuly z nedostatku potřebných kontaktů (35,1 %). 31,6 % respondentů uvedlo, že se obávají absence známého prostředí a možné jazykové bariéry a dalších 29,8 % dotázaných mělo obavy z nutnosti vyhledat zdravotní péči. Nejméně respondentů (3,5 %) uvedlo, že se obávají poruchy pronajatého vozidla. Téměř desetina respondentů (8,8 %) uvedla možnost *Jiné*, přičemž obavy zde pramenily zejména z loupežného přepadení, či že se respondenti ztratí a nebudou se moci zeptat na cestu zpět.

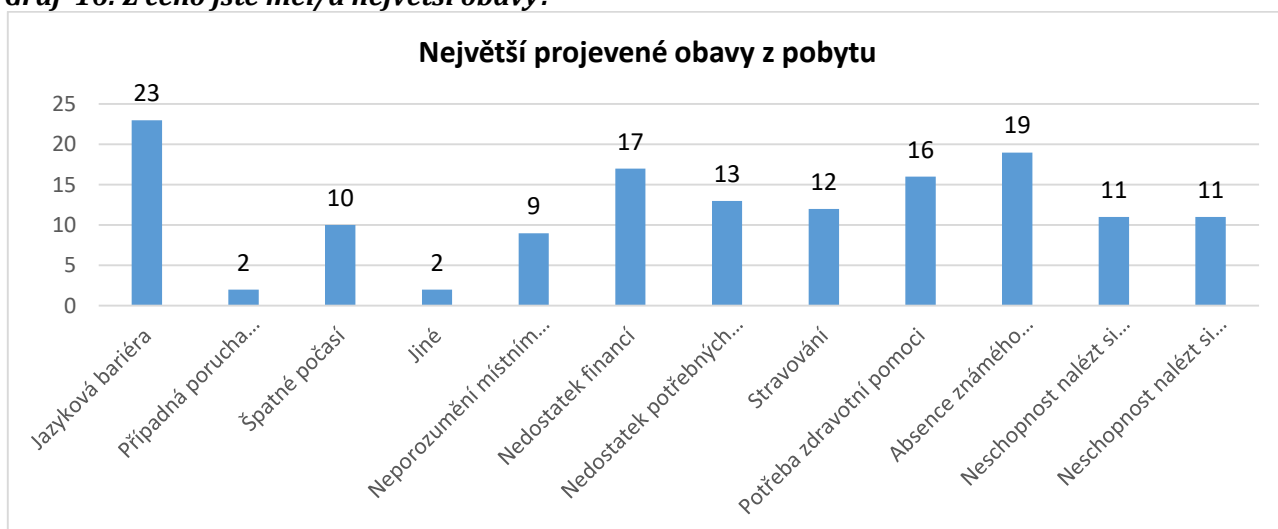
Graf 15: What was your main concern?



Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Více než padesát procent českých respondentů (52,3 %) uvedlo, že největší obavy pro ně představoval vznik jazykové bariéry. Více než dvě pětiny respondentů (43,2 %) se obávali absence známého prostředí, a podobný počet dotázaných (38,6 %) měl obavy z nedostatku financí, či z nutnosti vyhledat zdravotní péči (36,4 %). Přesně čtvrtina respondentů uvedla, že se nejvíce obávali neschopnosti nalézt si práci a odpovídající bydlení. Nejméně obav mezi respondenty (4,5 %) pramenilo z představy poruchy pronajatého vozidla.

Graf 16: Z čeho jste měl/a největší obavy?

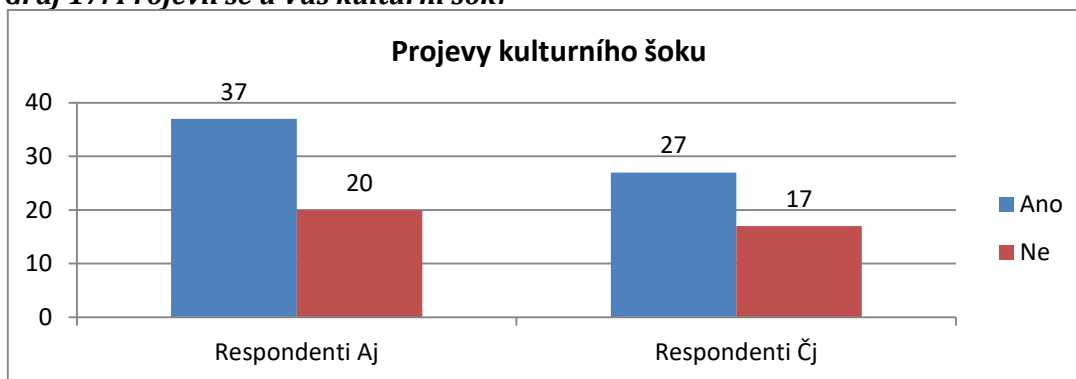


Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Otázka č.11

V otázce č.11 bylo zjišťováno, zda se u respondentů objevil kulturní šok. K některému z projevů kulturního šoku se přiznalo 64,9 % anglicky mluvících respondentů a 61,4 % česky mluvících respondentů. Více než třetina respondentů z obou sledovaných skupin tedy kulturní šok nezažila.

Graf 17: Projevil se u Vás kulturní šok?

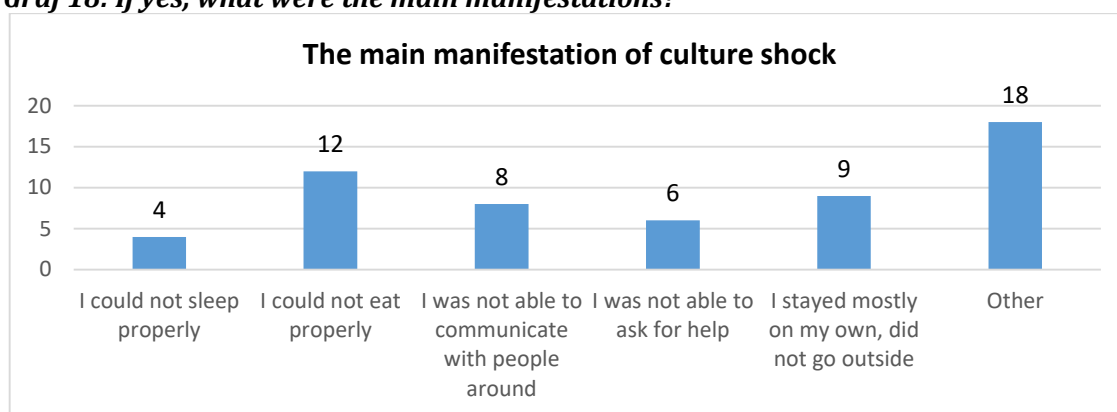


Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Otázka č.12

Otázka č.12 byla kladena za účelem zjistit, jaké projevy kulturního šoku se u respondentů objevily. Nejvyšší počet odpovědí u anglicky mluvících respondentů byl získán u možnosti *Jiné*, přičemž dotázaní zde uváděli pocity úzkosti pramenící z neschopnosti porozumět lidem okolo sebe, obavy pramenící z absence přátel a smutek z absence oblíbených jídel či aktivit. Druhou nejčastěji uváděnou možností, kterou zvolilo 21,1 % respondentů, byla neschopnost pozřít potravu, 15,8 % respondentů se přiznalo, že ztratili zájem o kontakt s okolím a preferovali samotu. Nejméně odpovědí (7 %) získala možnost vztahující se k neschopnosti dobře se vyspat.

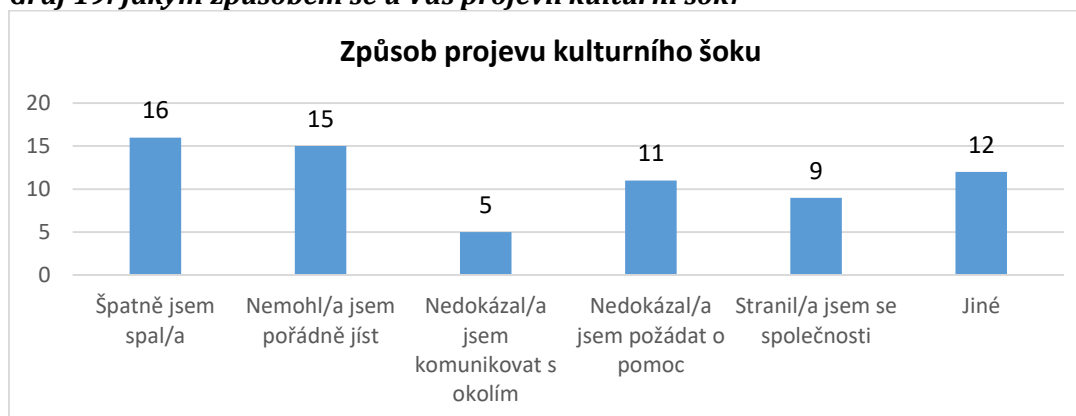
Graf 18: If yes, what were the main manifestations?



Zdroj: vlastní zpracování (2018)

U českých respondentů byly získány odlišné odpovědi. Nejvíce dotázaných (36,4 %) nebylo schopno dobře se vyspat, 34,1 % respondentů se nedokázalo dobře najíst. Téměř třicet procent respondentů uvedlo možnost *Jiné*, přičemž kromě úzkosti zmínili také nadměrné užívání alkoholu. S tím pravděpodobně souvisí také skutečnost, že přesně jedna čtvrtina respondentů si nedokázala říci o pomoc, a pětina respondentů (20,5 %) se přiznala k tomu, že se stranila společnosti. Nejméně odpovědí (11,4 %) bylo získáno v oblasti neschopnosti komunikovat s okolím.

Graf 19: Jakým způsobem se u Vás projevil kulturní šok?



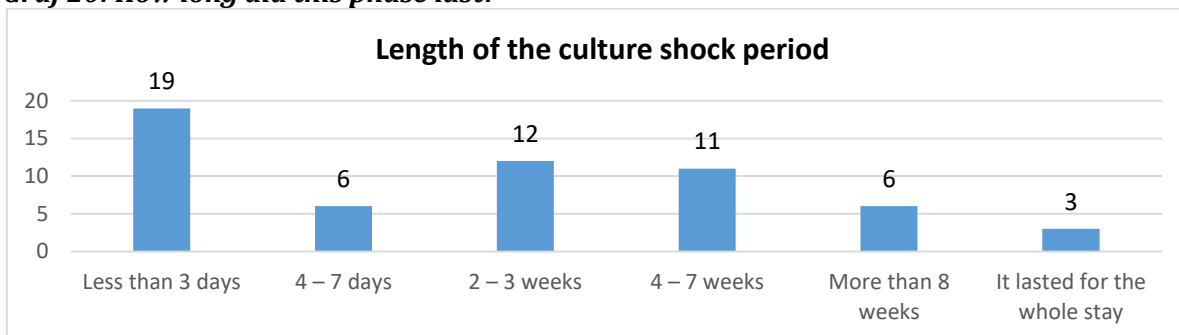
Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Otázka č.13

U otázky č.13 bylo zjištěno, jak dlouho projevy kulturního šoku přetrvávaly. U třetiny anglicky mluvících respondentů (33,3 %) tyto projevy trvaly méně než tři dny. U jedné pětiny (21,1 %) 2 – 3 *týdny*, a u další téměř pětiny dotázaných (19,3 %)

trvaly projevy kulturního šoku 4 – 7 týdnů. Stejný počet odpovědí (10,5 %) byl zvolen u možností 4 – 7 dnů a 8 týdnů a více. Pouze 5,3 % dotázaných uvedlo, že kulturní šok se u nich projevoval po celé období, kdy v dané destinaci pobývali.

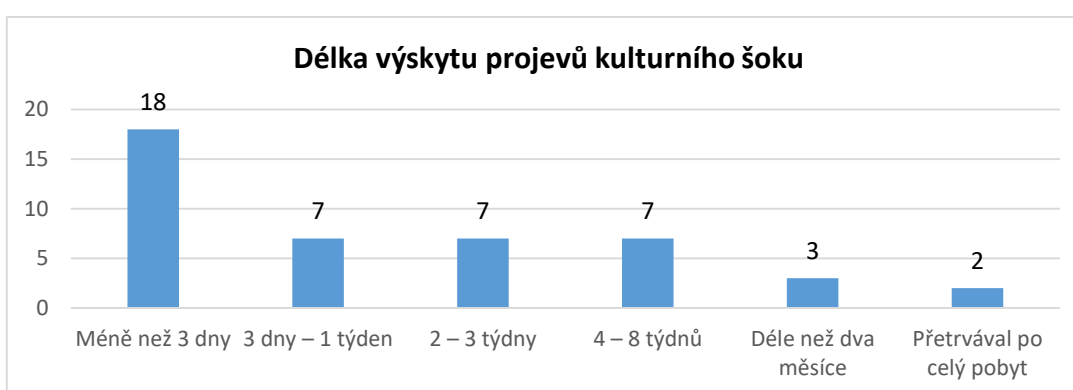
Graf 20: How long did this phase last?



Zdroj: vlastní zpracování (2018)

U dvou pětín (40,9%) českých respondentů se kulturní šok projevoval méně než tři dny. Shodný počet dotázaných (15,9 %) byl zjištěn v rámci dalších tří odpovědí – kulturní šok u těchto respondentů trval buď déle než tři dny, ale méně než týden, nebo 2 – 3 týdny, nebo 4 – 8 týdnů. Pouze u 6,8 % respondentů trvaly projevy kulturního šoku déle než dva měsíce, u 4,5 % nevymizely projevy kulturního šoku po celý pobyt v dané destinaci.

Graf 21: Jak dlouho přetrvával tento stav?

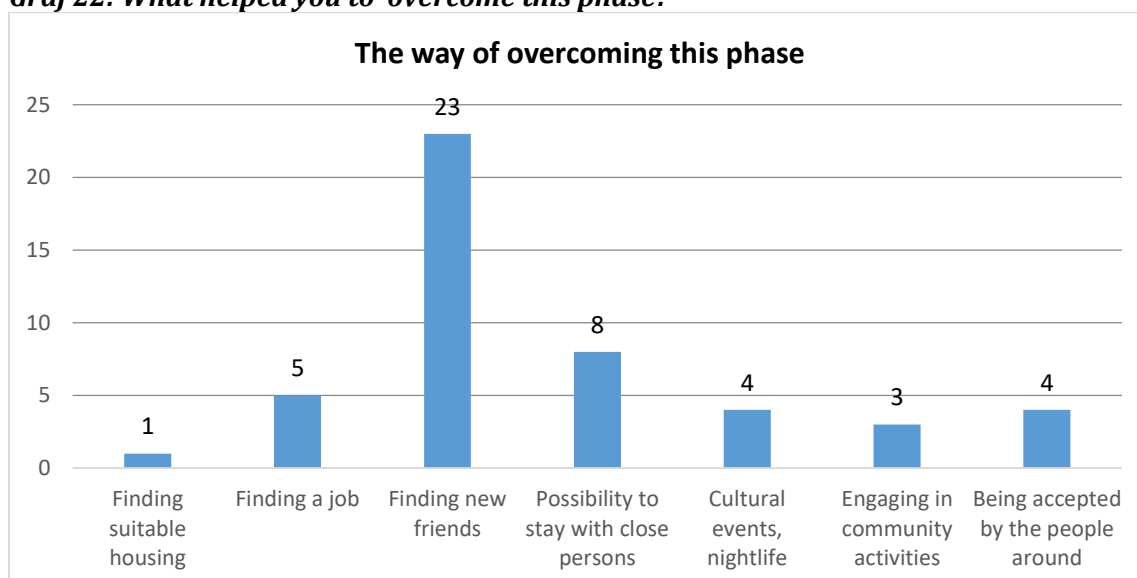


Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Otázka č.14

V rámci otázky č.14 bylo zjišťováno, jaká událost či činnost pomohla respondentům tento stav překonat. Nejvíce anglicky mluvících respondentů (40,4 %) uvedlo, že jim kulturní šok pomohlo překonat nalezení nových přátel. 14 % dotázaných se přiznalo, že projevy kulturního šoku překonali pomocí trávení času s blízkou osobou. Poměrně vysoké procento dotázaných (8,8 %) také bylo schopno kulturní šok překonat poté, co si našli nové zaměstnání, případně se zapojili do kulturních akcí (7 %) a byli komunitou akceptováni (7 %). Pouze jedno procento dotázaných (1,8%) bylo schopno překonat kulturní šok s pomocí nalezení vhodného ubytování.

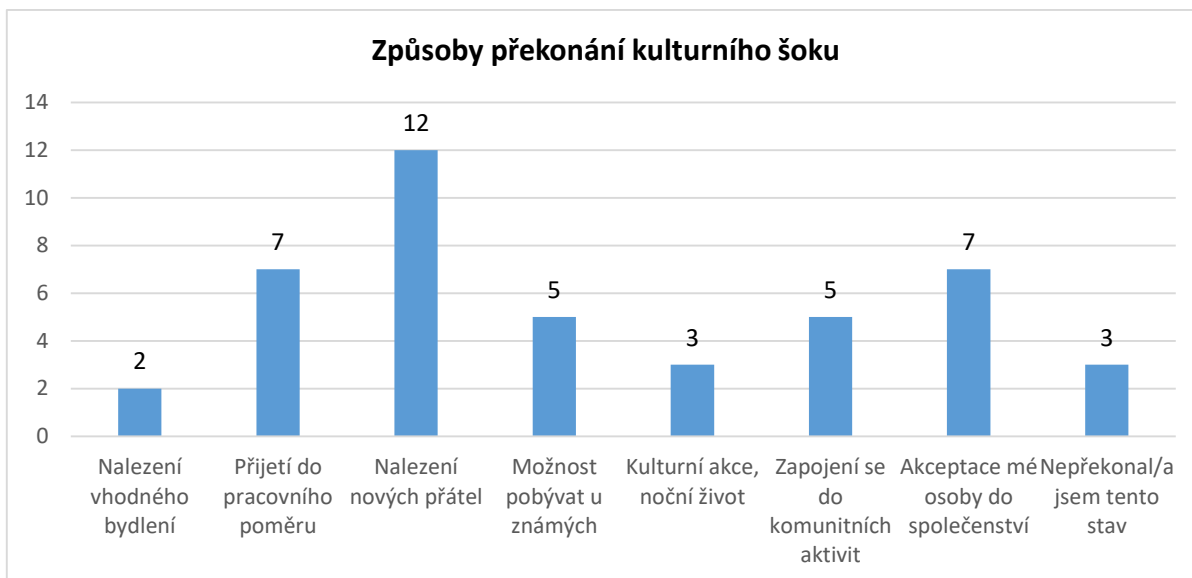
Graf 22: What helped you to overcome this phase?



Zdroj: vlastní zpracování (2018)

Čeští respondenti nejlépe zvládli překonat kulturní šok s pomocí nových přátel (27,3 %), také po nalezení nového zaměstnání (15,9 %) a viditelného přijetí do nové komunity (15,9 %). Stejný počet dotázaných (11,4 %) uvedl, že překonání projevů kulturního šoku zvládli díky možnosti pobývat u známých a zapojit se do činnosti místní komunity. Pouze 4,5 % respondentů překonalo kulturní šok po nalezení nového bydlení. Na rozdíl od anglicky mluvících respondentů přiznalo 6,8 % českých respondentů, že se jim kulturní šok nikdy nepodařilo překonat.

Graf 23: Co Vám pomohlo tento stav překonat?



Zdroj: vlastní zpracování (2018)

5.2 Analýza výzkumných otázek

Následující kapitola obsahuje zodpovězení a analýzu výzkumných otázek, které se vztahují k problematice kulturního šoku.

1) *Za jakým účelem vycestovali respondenti do vybraných destinací?*

Respondenti odpovídající na anglickou verzi dotazníku nejčastěji vycestovali za účelem dlouhodobějšího poznávacího pobytu ve vybrané destinaci, dále proto, že si plánovali najít práci, nebo jeli navštívit členy své rodiny či přátele. Nejmenší zastoupení měla odpověď *Jiné*, kde jeden respondent uvedl, že vycestoval za účelem zlepšit si své jazykové schopnosti. Mezi respondenty, kteří si vybrali českou verzi dotazníku, naprosto převažovala touha nalézt v nové destinaci pracovní uplatnění. Druhou nejčastější odpovědí se stala možnost dlouhodobého poznávacího pobytu. Pouze jediný respondent zvolil jako důvod krátkodobý poznávací pobyt.

2) *Jak dlouho v dané destinaci pobývali?*

Z dotazníkového šetření vyplývá, že většina respondentů zůstala ve vybrané destinaci déle než rok. Mezi respondenty anglické verze dotazníku převažovaly

odpovědi *9 let a více* a *2-4 roky*. Vysokého zastoupení odpovědí se dočkala také možnost *6 měsíců – 1 rok*. Mezi respondenty české verze dotazníku výrazně převažovala možnost *9 let a více*. Pouze dva respondenti odpověděli, že v rámci své cesty zůstali ve vybrané destinaci 1 měsíc.

3) *Zda a jakým způsobem se na cestu připravovali?*

Naprostá většina respondentů, kteří odpovídali na anglickou i českou verzi dotazníku, se na cestu připravovala. Respondenti anglického dotazníku se však ve stejné míře ptali rodiny či přátel, případně jiných turistů, kteří tuto destinaci již navštívili. Internetové stránky či reference byly méně časté. Možnost získání informací z tištěného průvodce zvolil pouze jeden respondent. U české varianty naopak respondenti jako nejčastější možnost uváděli internetové zdroje, a turistického průvodce v tištěné verzi by zvolilo pět z nich. Nejméně častou možností pro čerpání informací byly internetové recenze.

4) *Z čeho měli respondenti největší obavy?*

Mezi respondenty anglické verze panovaly největší obavy z nedostatku finančních prostředků, neschopnosti najít si práci a nedostatku kontaktů. Naopak nejméně obav měli z možné poruchy pronajatého vozidla. V odpovědích *Jiné* se často objevovala obava z kontroly na hranicích, neboť tito respondenti přijeli do UK či Irska před vstupem ČR do Evropské unie. Také respondenti českého dotazníku se nejméně obávali poruchy vozidla a také nejméně zaškrtovali možnost *Jiné*. Zato se u nich objevila obava z jazykové bariéry, kterou zvolilo přes 50 % respondentů, absence známého prostředí a nutnost vyhledat lékařskou pomoc. Také nedostatek financí byl zdrojem obav – tuto možnost zaškrto 40 % dotazovaných.

5) *Zda a jakým způsobem se u nich projevil kulturní šok?*

Více než 60 % respondentů každého typu dotazníku uvedlo, že má či mělo s kulturním šokem přímou zkušenost. Nejčastěji uvedli, že nemohli dobře jíst či kvalita jejich spánku byla velmi nízká. V odpovědích *Jiné* se často objevilo, že se s nikým nesnesli. Odpověď *Jiné* však zahrnovala také vyjádření „Žádný kulturní šok

jsem nezakusil/a“. Vyplývá to z předešlé zkušenosti se zahraničním pobytem a dostatečného finančního zázemí.

6) *Jak dlouho tento kulturní šok trval?*

U většiny respondentů obou typů dotazníků přetrvával kulturní šok méně než tři dny. U respondentů anglické verze dotazníku se vysoká korelace objevila také u odpovědí 2-3 *týdny* a 4-7 *týdnů*, v rámci odpovědí na českou verzi dotazníku však tyto možnosti dostaly výrazně nižší počet.

7) *Jaké způsoby využili respondenti k jeho překonání?*

V obou typech dotazníků se jako nejčastější způsob překonání kulturního šoku jevílo nalezení nových přátel – tuto možnost zvolilo 40 % respondentů anglické verze a 27 % respondentů české verze. Málo nápomocné k překonání kulturního šoku je nalezení vhodného bydlení – tuto možnost zvolil pouze jeden respondent anglické verze a dva respondenti verze české.

5.3 Ověření hypotetických východisek

Následující kapitola obsahuje ověření či vyvrácení teoretických východisek, která byla stanovena na počátku výzkumu. Celkově bylo stanoveno sedm hypotéz, které se vztahují k prožívání kulturního šoku vybranými respondenty. Dvě hypotézy byly potvrzeny zcela, dvě hypotézy nebyly potvrzeny vůbec, a tři byly potvrzeny pouze u některých respondentů. Potvrzené hypotézy korespondovaly s uvedenými poznatky z odborné literatury, které uváděly, že nalezení přátel a předchozí znalosti zmírňují dopady kulturního šoku. Hypotézy pouze částečně potvrzeny vyplývaly z různorodosti respondentů, neboť kulturní zázemí každého z nich bylo různým způsobem blízké nové kultuře. Hypotézy nepotvrzené se ukázaly jako neplatné pro vybraný vzorek respondentů.

Hypotéza č. 1 Největší obavy respondentů vyplývaly z možné jazykové bariéry ve vybrané destinaci.

Tato obava se potvrdila zejména u respondentů, kteří si zvolili vyplnění české verze dotazníku. Může to být způsobeno skutečností, že mnohem více těchto respondentů se do vybrané destinace vypravilo s cílem zůstat zde déle než měsíc a nalézt si práci, čehož může být dosaženo pouze tehdy, pokud mají respondenti dobrou znalost požadovaného jazyka. Respondenti anglické verze uváděli tuto možnost až na třetím místě, což může být způsobeno skutečností, že jejich primárním cílem nebylo vycestovat na delší časové období, případně do vybrané destinace jeli s cílem zlepšit si své jazykové znalosti, a možnost zůstat v dané destinaci déle se objevila teprve poté. Nicméně protože tato obava stojí na předních místech, a pro respondenty české verze je skutečně největší, lze ji považovat za potvrzenou.

Hypotéza č. 2 Kulturní šok se u vybraných respondentů projevil zejména sociální izolací a oslabenou schopností komunikace s okolím.

Tato hypotéza se v rámci dotazníkového šetření nepotvrdila. Obě možnosti zvolilo necelých 30 % respondentů anglické verze a 32 % respondentů české verze. Méně častou situací byla oslabená schopnost komunikace s okolím, a podstatně méně často se vyskytovala situace, kdy dotyčný nechtěl vycházet do společnosti.

Hypotéza č. 3 Nalezení přátel významně zmenšilo dopady kulturního šoku na vybrané respondenty.

Tuto hypotézu lze považovat za potvrzenou. Obě skupiny respondentů zvolily tuto možnost jako nejvýznamnější, u respondentů anglické verze ji zvolilo více než 40 % z nich. Ostatní možnosti získaly výrazně nižší počet. U respondentů české verze tato varianta nezískala velký náskok, téměř 16 % procent hlasů získala také možnost akceptace respondenta do společenství a přijetí do pracovního procesu, což představuje jeden ze zásadních důvodů jejich vycestování.

Hypotéza č. 4 Převažujícím důvodem k vycestování do vybraných destinací je snaha nalézt si nové zaměstnání.

Tuto hypotézu lze také považovat za potvrzenou, i přesto, že mezi respondenty anglické verze je tato možnost na druhém místě. Tato skutečnost však může být spojena s nejčastěji volenou možností dlouhodobého poznávacího pobytu ve

vybrané destinaci. Mezi respondenty české verze představovala tato možnost nejčastější volbu, rozhodlo se pro ni o 25 % více respondentů než pro možnost druhou, což je dlouhodobý poznávací pobyt.

Hypotéza č. 5 Převažující počet respondentů si před odjezdem zjistil informace o vybrané destinaci z webových zdrojů.

Tato hypotéza byla potvrzena pouze mezi respondenty české verze dotazníku, kteří internetovým zdrojům dávali výraznou přednost před jinými zdroji. Respondenti anglické verze upřednostnili informace získané od přátel či rodiny.

Hypotéza č. 6 Nejpřínosnějšími informacemi byly pro respondenty informace z oblasti hledání práce a bydlení.

Tato hypotéza byla potvrzena pouze částečně. Pro respondenty anglické verze byly nejpřínosnější informace z oblasti hledání práce, avšak informace vztahující se k nalezení bydlení se nacházely až na pátém místě. Tato skutečnost může být zapříčiněna tím, že respondenti již měli před odjezdem v dané destinaci zajištěné ubytování, ať již u přátel, rodiny či v rámci jazykového pobytu. U respondentů české verze se informace o hledání práce nacházely také na prvním místě, zatímco informace o ubytování na místě třetím. Tito respondenti pravděpodobně neměli ubytování dopředu zajištěno, a více se přizpůsobovali tomu, ve které lokalitě najdou pracovní uplatnění.

Hypotéza č. 7 Nejmenší znalost panovala v oblasti dopravní infrastruktury, která ve vybrané destinaci funguje.

Tuto hypotézu lze považovat za nepotvrzenou. Pouze 28 % respondentů anglické verze odpovědělo, že tyto informace pro ně byly zcela nové, pravděpodobně proto, že tyto informace získali od svých blízkých. Větší neznalost uváděli například v rozdílech sociálních zvyklostí a v možnosti získání identifikačního čísla. Ani respondenti české verze neuváděli tuto možnost na prvním místě. Větší neznalost, dle odpovědí, projeвили právě v již zmíněném získání identifikačního čísla.

6 Shrnutí výsledků

Kulturní šok představuje faktor, s nímž se setkala většina dotázaných respondentů. Změna podmínek života, neznámé prostředí a nutnost rychlé orientace v náročných okolí představuje zdroj obav, kterému se respondenti nevyhnuli i přesto, že se naprostá většina z nich na cestu připravovala. Mnoho z nich upřednostnilo osobní sdělení zkušeností s pobytem ve Velké Británii či Irsku, neboť forma diskuze umožňuje kladení otázek, prostor k přemýšlení, sdílení obav a zároveň napomáhá ke zmírnění kulturního šoku.

Kulturní šok může být znásoben nutností rychlého nalezení pracovního uplatnění, což se projevilo zejména u odpovědí na českou verzi dotazníku. Zde mohli být respondenti limitováni svými finančními možnostmi a také nedostatečnou znalostí anglického jazyka, a jejich obavy tak šok ze změny kulturního prostředí mohly prohloubit. Respondenti anglické verze častěji uváděli, že do vybrané destinace odjeli na delší studijní pobyt, tudíž měli nejspíše zajištěno ubytování i prvotní pomoc při orientaci v nové zemi. Určité zmírnění kulturního šoku také nastalo v případě, že daný respondent přicestoval do nové země za přáteli či s přáteli. Tento způsob má však své limity – respondent byl zpravidla delší dobu závislý na chování a rozhodování skupiny a v případě, že by se rozhodl od skupiny oddělit, mohl by se dostavit kulturní šok spolu se zklamáním z vývoje situace.

Výše uvedeného výzkumu se zúčastnilo celkem 101 respondentů z několika zemí. Někteří z nich již ve vybraných destinacích nepobývají, ať již z důvodu návratu do své domovské země, nebo z důvodů přesídlení do jiné cizí země. Je možné, že odpovědi respondentů, kteří se navrátili před delším časovým obdobím, mohou být do jisté míry zkresleny odlišným vnímáním jejich prožitků v začátcích svého pobytu v cizí zemi. Přesto však lze výzkum považovat za přínosný. Rozdělení na anglickou a českou verzi dotazníku umožnilo získat relevantní data od respondentů z jiných kulturních okruhů, čímž se potvrdilo, že prožitek kulturního šoku při příchodu do Velké Británie či Irska není omezen pouze na české respondenty. Lze dokonce říci, že respondenti ze vzdálenějších zemí mohou kulturní šok prožívat déle a silněji, což se však v dotazníku nepotvrdilo. Protože převážná většina respondentů zůstala ve

vybraných destinacích déle než šest měsíců, bylo potvrzeno, že kulturní šok dokázali překonat a více, či méně úspěšně se začlenili do tamější společnosti.

7 Diskuse

Poznatky získané analýzou odborné literatury poukázaly na skutečnost, že nově příchozí jedinci mohou vytvářet segregované skupiny, což může vést k dočasnému překonání kulturního šoku, v dlouhodobém časovém rozmezí to však zhoršuje schopnost akulturace mezi členy této kultury. Jedním z teoretických východisek byl předpoklad, že znalost jazyka nové kultury může zmírnit potřebu segregace a eliminovat projevy kulturního šoku. Znalost jazyka také pomůže překonat sociální bariéry a umožnit nově příchozímu začlenit se do společnosti, což následně ovlivní jeho prožívání kulturního šoku. V neposlední řadě byla také zohledněna křivka vývoje kulturního šoku, která mohla ovlivnit respondenty při vyplňování dotazníku. Ti, kteří se již nacházeli v pokročilejších stádiích a procházeli adaptací, mohli vnímat projevy kulturního šoku mírněji než ti, u kterých se kulturní šok právě začal projevovat.

Respondenti, kteří kulturní šok nezakusili, již ve většině případů měli zkušenosti s cestováním do jiných zemí. Z rozhovorů provedených mimo základní výzkum vyplynulo, že pět dotázaných osob procestovalo jiný kontinent, zejména Asii a Ameriku, tudíž byli vybaveni nezbytnými znalostmi a zkušenostmi. Pobyt ve Velké Británii či Irsku pro ně neznamenal nijak významnou změnu. Tito respondenti se dokázali snadno zorientovat v právních i sociálních aspektech života v neznámé oblasti, byli ochotni přijmout jakékoliv zaměstnání, a postupně si naplňovali své cíle, kvůli nimž do této země přicestovali. Převážná většina těchto respondentů zde pobývala za účelem získání pracovních zkušeností z různých společností a poznání přírodních krás dané země. Pouze jedna z těchto pěti respondentek přijela do Irska se svým přítelem a plánovali zde zůstat a založit rodinu.

Další důvod, který byl potvrzen respondenty, je cestování ve skupině přátel či rodiny, kteří do nové země cestují se stejným cílem. Tito respondenti se

nepovažují za zcestovalé, avšak před příjezdem do nové země se důkladně připravovali, podporováni svými blízkými. Do nové země si s sebou přivezli nejen známé věci, ale také známé tváře, k nimž se každý večer mohou navracet, což jim dodává pocit bezpečí a jistoty. V novém prostředí se jim podařilo nalézt obchody s českým zbožím, zapojili se do české komunity a vzájemně se podporovali v případech výskytu obtíží. Respondenti zároveň uvedli, že díky cestování ve skupině cítili nejen větší sociální, ale také finanční jistotu. Přátelé i rodina jim pomohli při hledání zaměstnání, vyplnění nezbytných formulářů i platbě prvních výdajů. Důležitá pro tyto respondenty byla také podpora v případě nepřijetí do zaměstnání.

Třetím, nepřímo potvrzeným důvodem je absolvování jazykového kurzu. Respondenti, kteří do země přicestovali v rámci jazykového pobytu, nemuseli obstarávat žádné formální náležitosti. Zástupci agentury jim zajistili ubytování i potřebné materiály o životě ve vybrané zemi, a pracovníci jazykové školy pro ně přichystali různé mimoškolní aktivity. Studenti se tak mohli seznámit s nočním životem, měli dostatek času na procházky po městě či výlety do přírody, aniž by pocítili zátěž v podobě nutnosti nalézt si zaměstnání či bydlení. Základním předpokladem takového druhu pobytu je dostatečné finanční zázemí, avšak zejména studenti pocházející z některého státu Evropské Unie si mohou nalézt zaměstnání na poloviční úvazek i při studiu. Uvedení do neznámé kultury přicházelo pomaleji a v méně stresujícím prostředí, neboť v jazykových kurzech se nalézají studenti z různých zemí, kteří do Velké Británie či Irska přijíždějí poprvé, a mohou tak novou kulturu prozkoumávat společně. Respondenti z této studie se v rámci kurzů setkávali nejen s kulturou a hodnotami hostitelské země, ale také s kulturami svých spolužáků, které byly často více odlišné než kultura hostitelské země. Kulturní šok si nestihli uvědomit.

Finanční zázemí představuje všeobecně důležitou proměnnou v prožívání kulturního šoku. Respondenti, kteří se dokázali před odjezdem do nové země dostatečně finančně zabezpečit, prožívali menší či žádný kulturní šok, zatímco ti dotázaní, kteří disponovali menším finančním zajištěním, prožívali kulturní šok ve většině případů. Také doba příjezdu do dané země představovala důležitou proměnnou. Respondenti, kteří přijeli do Velké Británie či Irska před rokem 2008, přiznávali prožitek kulturního šoku mnohem méně často než respondenti, kteří

přicestovali v době ekonomické recese. Ekonomické potíže se nepochybně projeví také v chování obyvatel britských ostrovů, kteří sami přišli o své zaměstnání či se ocitli ve finančních potížích, a nově příchozí zájemci o pracovní uplatnění tak mohli být vnímáni jako nežádoucí. Tato skutečnost pak může subjektivní prožívání kulturního šoku umocnit.

Důležitým prvkem ve zmírnění prožívání kulturního šoku či přímo jeho prevenci je nalezení přátel mezi irskými či britskými občany. Zejména mladí lidé mohou nově příchozím zájemcům o trvalý pobyt přiblížit kulturní i společenské zvyklosti, s nimiž se cizinci mohou setkat. Dle zkušeností autora lze konstatovat, že Britové ani Irové většinou nepovažují nově příchozí za své konkurenty, a tak jim mohou pomoci například s úpravou životopisu či s praktickými tipy, jakým způsobem vystupovat na pohovoru v britské či irské společnosti. Výhodu měli ti respondenti, kteří již měli zaměstnání nalezeno před příjezdem do dané země. Také oni vykazovali menší či žádné projevy kulturního šoku, a dokázali se rychleji zapojit do mimopracovních aktivit v nové společnosti.

Lze tedy konstatovat, že projevy a prožívání kulturního šoku do velké míry závisí na pocitu sociálního zázemí. Jedinec, který do nové země přijíždí s vědomím zajištěné pozice, ať už pracovní nebo studijní, vykazoval menší či žádné projevy kulturního šoku, zatímco respondent, který do nové země přijíždí bez těchto sociálních jistot, uváděl prožitek kulturního šoku mnohem častěji. Tito respondenti, i přes postupné nalezení pracovní pozice, se projevů kulturního šoku zbavují pomaleji než sociálně zajištění respondenti. Důležitý prvek představují také předchozí cestovatelské zkušenosti. Pokud již respondenti disponovali zkušenostmi z jiných zemí, kulturní šok se nedostavil. Kulturnímu šoku také může zabránit dostatečné finanční zázemí respondenta.

8 Závěry a doporučení

Výše uvedená práce dokládá, že kulturní šok představuje součást života většiny cestovatelů. I přesto, že někteří respondenti se s kulturním šokem nesečkali, museli se vyrovnat s odlišnými nároky prostředí i lidí, kteří v dané zemi žijí. Možné důvody, proč někteří respondenti kulturní šok nezažili, mohou plynout z větší zkušenosti s cestováním či z menších nároků na adaptaci ve vybrané destinaci. Pokud je cílem cestovatele poznat danou zemi jako turista, s představou, že se brzy navrátí domů, může být projev kulturního šoku do jisté míry eliminován. Pokud však cestovatel touží v dané zemi zůstat a začlenit se do společnosti stejnou měrou jako obyvatelé již v dané zemi žijící, jeho potřeby adaptace budou větší a on se bude muset přizpůsobit do větší míry, než by musel, pokud zůstane v pozici turisty.

Kulturní šok může být také eliminován v případě, že cestovatel přijíždí do prostředí známých lidí, či pokud cestuje se skupinou známých lidí. Právě přítomnost blízké osoby může adaptační proces urychlit a zmírnit případné negativní dopady kulturních rozdílů. Cestovatel má možnost sdílet své pozitivní i negativní pocity s osobou, která si prošla či si právě prochází stejným procesem. Možná toto je také důvod, proč respondenti anglické verze dotazníku volili jako zdroj informací blízké osoby mající zkušenost s vybranou destinací. Právě tyto osoby jim totiž mohou pomoci získat přehled nejen o praktických aspektech života v dané destinaci, ale také o pocitech a nástrahách, které nově příchozího mohou potkat zcela nečekaně.

Dotazníkové šetření, které obsahovalo odpovědi 101 respondentů majících zkušenost se životem ve Velké Británii či Irsku, dokládá, že není jednoduché vytvořit jednotnou hypotézu obsahující jasné parametry, v jakých případech kulturní šok nastane a jak dlouho bude trvat. Kulturní šok, jak bylo zmíněno v teoretické části, by neměl být brán pouze jako negativní aspekt. Může v sobě zahrnovat také příjemná překvapení, která nakonec cestovatele přimějí v dané destinaci zůstat a například založit rodinu. Skutečnost, že se respondent dokázal v cizí zemi prosadit a získat si určité postavení, může zkušenost kulturního šoku také eliminovat. Lze však považovat za prokázané, že kulturní šok je i v době internetu stále aktuálním tématem, a i přes možnost získání dostatečných a kvalitních informací o vybrané

destinaci mu nelze zcela zabránit. Cestovatel však může jeho dopady výrazně zmírnit, aby tyto stavy neměly dlouhého trvání.

Přínos práce spočívá zejména v nastínění problematiky spojené s pobytem v cizím kulturním prostředí, což představuje jedno z témat Psychologie cestovního ruchu. Výzkumná část podává důkaz o tom, že kulturní šok se projevuje také v rámci pobytu v jiné zemi, jejíž kultura vychází ze sdíleného evropského dědictví. Psychologický vývoj jedinců v britské a irské kultuře je však natolik odlišný, že může dojít ke střetu zvyklostí i představ a u nových příchozích se důsledkem střetu projeví kulturní šok. Výsledky výzkumu také poukázaly na význam znalosti jazyka nové kultury, což naznačuje, že jazyk ovlivňuje způsob myšlení a jeho znalosti mohou zmírnit projevy kulturního šoku. Tento poznatek je možné použít jako podklad pro další výzkumy v rámci Psychologie cestovního ruchu.

9 Seznam použité literatury

- [1] ADLER, Leonor L., GIELEN, Uwe P. Migration: immigration and emigration in international perspective. 1.vyd. Westport: Praeger Publishers, UK 2003. 368 s. ISBN 0275976661
- [2] BERRY, John W. Immigrant Youth: Acculturation, Identity and Adaptation. *Journal of applied Psychology*, Volume 55, Issue 3, July 2006, s. 303–332
- [3] ČENĚK, Jiří, SMOLÍK, Josef, VYKOUKALOVÁ, Zdeňka. Interkulturní psychologie. 1.vyd. Praha: Nakl. GRADA 2016. 312 s. ISBN 978-80-247-5414-7
- [4] FURNHAM, Adrian. *The Psychology of Behaviour at Work*. 1.vyd. London: Psychology Press, UK 1997. 722 s. ISBN 9780863774935.
- [5] GOELDNER, Charles R., BRENT, Ritchie J.R. *Cestovní ruch*. 1.vyd. Praha: Nakl. Bizbooks 2014. 568 s. ISBN 9788025125953
- [6] HARTL, P.; HARTLOVÁ, H. 2010. *Velký psychologický slovník*. Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-686-5
- [7] HAVLÍČKOVÁ, Klára, KRÁLOVÁ, Renata. *Cestovní právo*. 1.vyd. Praha: C.H.Beck 2015. 474 s. ISBN 978-80-7400-267-0
- [8] KIRCHNER, Jiří. *Psychologie prožitku a dobrodružství: pro pedagogiku a psychoterapii*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2009. 135 s. ISBN 978-80-251-2562-5.
- [9] KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu*. 1.vyd. Praha: Grada 2013. 208 s. ISBN 978-80-247-4603-6
- [10] LEVY, Patricia. *Ireland*. 2.vyd. New York. Cavendish, USA 2004. 140 s. ISBN 0761417842
- [11] MORGENSTERNOVÁ, Monika. *Interkulturní psychologie*. 1.vyd Praha: Nakladatelství Karolinum 2007. 218 s. ISBN 978-80-246-1361-1
- [12] MORI, S. Addressing the mental health concerns of international students, *Journal of Counseling & Development* 78/2000, s. 137–144.
- [13] MORRAN, Robert T. a kol. *Managing Cultural Differences*. 9.vyd. London: Routledge UK 2014. 512 s. ISBN 9781317975649
- [14] OBERG, Kalervo. Culture shock: adjustment to new cultural environments. *Journal of Practical Anthropology* 7,1960, s. 177-182

- [15] OROPEZA, B. C., Fitzgibbon, M., & Barón, A. Managing mental health crises of foreign college students. *Journal of Counseling & Development*, 69, 1991. S. 280-285.
- [16] PALATKOVÁ, Monika. *Mezinárodní turismus*. 2.vyd. Praha: Grada 2013. 256 s. ISBN 978-80-247-4862-7
- [17] PEDERSEN, Paul. *The Five Stages of Culture Shock: Critical Incidents Around the World*. 1.vyd. Westwood: Greenwood Press, Connecticut USA 1995. 277 s. ISBN 0-313-28782-1
- [18] PRŮCHA, Jan. *Interkulturní psychologie*. Vyd. 3. Praha: Portál, 2010. 224 s. ISBN 978-80-7367-709-1
- [19] PRUDKÝ, Libor. *Studie o hodnotách*. 1.vyd. Praha: Nakl. Aleš Čeněk 2010. 240 s. ISBN 978-80-7380-266-0
- [20] SCHNEIDER, Susan, BARSOUX, Jean – Louis. *Managing Across Cultures*. 1.vyd. London: Pearson Education, UK 2003. 330 s. ISBN 9780273646631
- [21] TAN, Terry. *Culture Shock! Great Britain*. 3.vyd. New York: Marshall Cavendish USA. 336 s. ISBN 0-7614-5474-8
- [22] VENCLOVÁ, Kateřina. *Geopsychologie a Ekopsychologie v cestovním ruchu*. 1.vyd. Hradec Králové: Nakl. Gaudeamus 2015. 242 s. ISBN 978-80-7435-540-0
- [23] VODÁKOVÁ, Alena a kol. *Demografie (nejen) pro demografy*. 3. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2009, 241 s. ISBN 978-80-7419-012-4.
- [24] WARD, Colleen, BOCHNER, Stephen, FURNHAM, Adrian. *The Psychology of Culture Shock*. 2.vyd. London: Routledge UK. 384 s. ISBN 0-415-16234-3.
- [25] ZELENKA, Josef, KYSELA, Jiří. *Informační a komunikační technologie v cestovním ruchu*. 4.vyd. Hradec Králové: Gaudeamus 2014. 289 s. ISBN 978-80-7435-242-3

INTERNETOVÉ ZDROJE

- [26] GAVLOVSKÝ, Emil. *Teorie turismu (online)*. Ostrava, 2002 [cit. 15.12.2017]. Dostupné z: <http://igdm.vsb.cz/igdm/materialy/turismus.pdf>
- [27] SWALLOW, Deborah. *The classic 5 stage culture shock model. (online) Webové stránky Deborah Swallow, 15.5.2010. [cit. 15.12.2017]. Dostupné z: <http://www.deborahswallow.com/2010/05/15/the-classic-5-stage-culture-shock-model>*

10 Přílohy

Dotazníky

Dotazníky k bakalářské práci na téma Psychologie cestovního ruchu a kulturní šok

Jste?

- Muž
- Žena

Jaký je váš věk?

- méně než 25 let
- 25 – 30 let
- 31 – 40 let
- 41 – 50 let
- starší 50 let

Jaká je/byla vaše destinace?

- Velká Británie
- Irsko

Za jakým účelem jste přijel / a do Velké Británie / Irska?

- krátkodobý poznávací pobyt (kratší než 1 měsíc)
- dlouhodobý poznávací pobyt (delší než jeden měsíc)
- návštěva přátel či rodiny
- studijní pobyt
- nalezení pracovní pozice
- z důvodu pracovní nabídky pro partnera / partnerku

- jiné:
-

Jak dlouho pobýváte či jste pobýval/a ve vybrané destinaci?

- méně než 1 měsíc
- 1 měsíc – 6 měsíců
- 6 měsíců - 1 rok
- 2 – 4 roky
- 5 – 8 let
- 9 let a více

Hledal/a jste si informace o vybrané destinaci již před odjezdem?

- Ano
- Ne

Pokud ano, jaký byl hlavní zdroj těchto informací?

- turistický průvodce
- webové stránky
- přímé zkušenosti ostatních cestovatelů
- diskuse s přáteli či s rodinou
- internetové recenze
- jiné

Pokud ano, informace z jaké oblasti života ve vybrané destinaci byly ihned po příjezdu pro Vás nejpřínosnější?

- jak se zachovat v případě potřeby zdravotní pomoci
- možnosti ubytování
- cenové rozpětí služeb
- možnosti kulturního vyžití

- sociální chování
 - možnosti studia
 - informace o hledání práce
 - informace o sociálním systému
 - informace o bankovních produktech
 - dopravní dostupnost a infrastruktura
 - jiné:
-

Které informace pro Vás naopak byly naprosto nové?

- nutnost platby u obvodního lékaře
 - způsob hledání si práce
 - odlišnosti v sociálním chování
 - dopravní dostupnost a infrastruktura
 - možnosti a dostupnost vlastního bydlení (nedostatek bytů, nutnost předchozích referencí apod.)
 - způsob získání identifikačního čísla pro daňové a sociální potřeby
 - nedostatek informací vyplývající z jazykové bariéry
 - jiné:
-

Z čeho jste měl/a největší obavy?

- z jazykové bariéry
- z neporozumění místním zvyklostem
- z nedostatku financí
- z nedostatku potřebných kontaktů
- ze stravování
- z případné potřeby vyhledat zdravotní pomoc
- z absence vlastního zázemí a známého prostředí

- z nemožnosti najít si vhodné bydlení
 - z neschopnosti najít si práci
 - z případné poruchy pronajatého vozidla
 - ze špatného počasí
 - jiné:
-

Znáte pojem „kulturní šok“?

- ano
- ne

Projevil se u Vás kulturní šok?

- ano
- ne

Pokud ano, jakým způsobem se projevil?

- špatně jsem spal/a
 - nemohl/a jsem pořádně jíst
 - nedokázal/a jsem komunikovat s okolím
 - nedokázal/a jsem požádat o pomoc
 - stranila/a jsem se společnosti
 - jiné:
-

Jak dlouho přetrvával tento stav?

- méně než 3 dny
- 3 dny – 1 týden
- 2 – 3 týdny
- 4 – 8 týdnů

- déle než dva měsíce
- přetrvával po celý pobyt v dané destinaci

Co Vám pomohlo tento stav překonat?

- nalezení vhodného bydlení
 - přijetí do pracovního poměru
 - nalezení nových přátel
 - možnost pobývat u již známých osob
 - kulturní akce, noční život
 - zapojení se do komunitních aktivit
 - akceptace mé osoby do určitého sociálního okruhu
 - nikdy jsem tento stav nepřekonal/a
 - jiné:
-
-

Děkuji mnohokrát za vyplnění tohoto dotazníku!

QUESTIONNAIRE

Are you?

- Male
- Female

What is your age?

- Less than 25 years
- 25 – 30 years
- 31 – 40 years
- 41 – 50 years
- More than 51 years

What is/was your destination?

- Great Britain
- Ireland

What is/was the purpose of your travel to this destination?

- Short-term stay (less than 1 month)
- Long-term stay (longer than one month)
- Visiting friends or family
- Study / Exchange programm
- Finding a job
- Due to the partner`s job offer
- Other:

How long have you been staying in this destination? / How long was your stay in the destination?

- Less than 1 month
- 1 month to 6 months
- 6 months to 1 year
- 2 – 4 years
- 5 – 8 years
- More than 9 years

Have you looked up any information prior your travel?

- Yes
- No

If yes, what was your main source of information?

- Printed Tourist Guide
 - Official website
 - Direct experience of other travelers
 - Talk to friends or family
 - Internet reviews
 - Other:
-

If yes, information about which area of life in the selected destination was the most beneficial for you?

- What to do if I am required to visit the GP
- What are the options of accommodation
- Price range of services
- Opportunities for cultural activities
- Differences in social behavior
- Study options
- Job search information

- Information about the social system
 - Information about banking services
 - Accessibility and transport infrastructure
 - Other:
-

Which information was completely new for you?

- The requirement of payment for a GP visit
 - The ways of how to find a job
 - Differences in social behavior
 - Accessibility and transport infrastructure
 - Necessary documents required to rent the accommodation (lack of dwellings, necessity of previous references, etc.)
 - How to apply for National Insurance Number
 - Lack of information due to the language barrier
 - Other:
-

What was your main concern?

- Language barrier
- Misunderstanding of local habits
- Insufficient amount of funds
- Lack of necessary contacts
- Cuisine
- Need for medical help
- Lack of my own background and familiar environment
- The inability to find suitable accommodation
- Inability to find a job
- Any failure of the rented vehicle

- Unreasonable weather conditions
 - Other:
-

Do you know the term „culture shock“?

- Yes
- No

Have you experienced this culture shock?

- Yes
- No

If yes, what were the main manifestations?

- I could not sleep properly
 - I could not eat properly
 - I was not able to communicate with people around me
 - I was not able to ask for help
 - I stayed mostly on my own, did not socialize
 - Other:
-

How long did the phase last?

- Less than 3 days
- 4 – 7 days
- 2 – 3 weeks
- 4 – 7 weeks
- More than 8 weeks
- It lasted for the whole stay

What helped you to overcome this phase?

- Finding suitable accommodation
 - Finding a job
 - Finding new friends
 - Possibility to stay with close person
 - Culture events, social life
 - Engaging in community activities
 - Being accepted by the people around me
 - I have never overcome this situation
 - Other:
-

Thank you for taking part in this survey!

Podklad pro zadání BAKALÁŘSKÉ práce studenta

PŘEDKLÁDÁ:	ADRESA	OSOBNÍ ČÍSLO
Rodriguez Martina	Nad Krétou 1312, Přelouč	I14635

TÉMA ČESKY:

Psychologie cestovního ruchu a kulturní šok

TÉMA ANGLICKY:

Psychology of tourism and culture shock

VEDOUCÍ PRÁCE:

doc. PhDr. Blanka Klímová, M.A., Ph.D. - KAL

ZÁSADY PRO VYPRACOVÁNÍ:

OSNOVA

1. Úvod
2. Cíl a metodika práce
3. Teoretická část
4. Praktická část
5. Shrnutí výsledků, diskuse
6. Závěr
7. Seznam použité literatury
8. Přílohy

SEZNAM DOPORUČENÉ LITERATURY:

ČENĚK, Jiří, SMOLÍK, Josef, VYKOUKALOVÁ, Zdeňka. Interkulturní psychologie. 1.vyd. Praha: Nakl. GRADA 2016. 312 s. ISBN 978-80-247-5414-7

MORGENSTERNOVÁ, Monika. Interkulturní psychologie. 1.vyd Praha: Nakladatelství Karolinum 2007. 218 s. ISBN 978-80-246-1361-1

PRŮCHA, Jan. Interkulturní psychologie. Vyd. 3. Praha: Portál, 2010. 224 s. ISBN 978-80-7367-709-1

VODÁKOVÁ, Alena a kol. Demografie (nejen) pro demografy. 3. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2009, 241 s. ISBN 978-80-7419-012-4.

Podpis studenta:

Datum:

Podpis vedoucího práce:

Datum: