

# Voorwoord

Aan het einde van de twintigste eeuw realiseerde men zich steeds meer dat goede kennis van een vreemde taal niet de enige voorwaarde is om er effectief in te kunnen communiceren en dat kennis van de cultuur en de communicatieve conventies van de culturen waar die taal gesproken wordt, een minstens zo belangrijke factor is. De Nederlandse Taalunie ontdekte dat er hierover voor het Nederlandse taalgebied geen onderwijsmateriaal was en gaf ons de opdracht een cursus te ontwikkelen voor docenten Nederlands in het buitenland. Het doel van de cursus was studenten vertrouwd te maken met de Vlaamse en Nederlandse cultuur en communicatieve conventies in contrast met hun eigen cultuur. Toen onze cursus in 2000 gereedkwam, was Uitgeverij Coutinho bereid hem uit te geven. Tot onze vreugde werd daarmee een veel grotere doelgroep bereikt dan wij ooit hadden voorzien. In de veertien jaren dat ons boek nu al op de markt is, wordt het in binnen- en buitenland gebruikt op universiteiten en hogescholen en bij cursussen interculturele communicatie van internationaal opererende organisaties en organisaties die met lokale diversiteit te maken hebben. In de opeenvolgende edities hebben wij steeds aanpassingen gedaan om meer aan de behoeften van die verschillende doelgroepen te voldoen. Deze vierde druk verschilt in een aantal opzichten sterk van vorige drukken.

- Relevante nieuwe theorieën zijn verwerkt. In paragraaf 2.3.3.3 en 4.2.3.3 bespreken we de waarde soberheid versus hedonisme (*restraint* versus *indulgence*) en het effect ervan op sectoren van het leven als gezin, onderwijs en werk. In hoofdstuk 7 wordt besproken wat deze nieuwe waarde betekent voor intercultureel management en gaan we in op de resultaten van GLOBE, het Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness project (paragraaf 7.7).
- Er is een paragraaf toegevoegd over de consequenties van cultuurverschillen in waarden in interculturele communicatie (paragraaf 2.6).
- Er wordt meer aandacht besteed aan interculturele communicatie met migranten dan in vorige edities. Waar mogelijk is in hoofdstuk 2 cijfermateriaal van de waarden van bewoners van migrantenlanden als Syrië, Irak en Afghanistan toegevoegd. In hoofdstuk 6 zijn paragrafen toegevoegd over culturaanpassing van langetermijnmigranten zoals vluchtelingen (paragraaf 6.2.2) en gaan we in op de kenmerken van migrant en communicatiepartners in het gastland die een succesvol verblijf van de migrant bevorderen (paragraaf 6.3).
- In hoofdstuk 7 is een paragraaf over bedrijfscultuur toegevoegd (paragraaf 7.6).
- De didactische aanpak van de paragrafen waarin we de waarden (paragraaf 2.3) bespreken, zijn volgens hetzelfde stramien opgezet: bewustwordingsoe-

fening, uitleg van de waarde, overzicht van de geografische spreiding van de waarde, overzicht van de consequenties van de waarde voor algemene normen, familie, onderwijs en werk, oefeningen om na te gaan of de theoretische stof verwerkt is en in de praktijk toegepast kan worden.

- De bespreking van context (paragraaf 3.3) is volgens hetzelfde stramien als de behandeling van waarden opgezet.
- Literatuurverwijzingen, oefeningen en cijfermateriaal zijn geactualiseerd.
- De lay-out is overzichtelijker gemaakt.
- Er is meer illustratief beeldmateriaal toegevoegd.
- Extra oefeningen met mogelijke antwoorden voor de hoofdstukken 4, 5 en 7 zijn toegevoegd en kunnen door docenten aangevraagd worden via [www.coutinho.nl](http://www.coutinho.nl).
- De PowerPointpresentaties zijn volledig geactualiseerd en op één lijn gebracht met deze herziene druk. Ook deze presentaties kunnen door docenten aangevraagd worden via [www.coutinho.nl](http://www.coutinho.nl).

Aan deze herziening is intensief samengewerkt door een Belgische en een Nederlandse. We hebben de cultuurkloof over het algemeen goed kunnen overbruggen, maar de voornaamwoordelijke aanduiding bezorgde ons soms hoofdbrekens. Alle twee wilden we liever niet het persoonlijk voornaamwoord *hij* gebruiken op plaatsen waar met dat *hij* ook naar vrouwen werd verwezen. Maar omdat het gebruik van *hij of zij* de aandacht van de inhoud zou afleiden en de tekst nodeloos ingewikkeld zou maken, hebben we er toch voor gekozen alleen *hij* te gebruiken. Bij het gebruik van *u* en *jij* lag de kwestie aanvankelijk ingewikkeld. Waar de auteur uit België consequent de lezer met *u* aansprak, gebruikte de Nederlandse auteur *jij* en *je*. Na lang overleg is besloten het boek in de *je/jij*-vorm te schrijven.

Wij hopen dat ons boek een bijdrage levert aan de bewustwording van verschillen en overeenkomsten tussen culturen, de communicatieve consequenties daarvan, de synergie die uit de verschillen te halen is en de ontwikkeling van interculturele communicatieve competentie.

Wij danken de medewerkers van Uitgeverij Coutinho – met name uitgever Wouter Nalis, bureauredacteur Marijn Meijer, vormgevers Sjoukje Rienks en Simone Baddou en marketeer Andrea Verbeek – voor de prettige samenwerking en studenten en collega's voor hun vele nuttige aanvullingen en op- en aanmerkingen. Uiteraard houden we ons aanbevolen voor nieuw commentaar.

Marinel Gerritsen, Utrecht/Nijmegen  
Marie-Thérèse Claes, Brussel/Bangkok  
November 2016

# Inhoud

<b>Inleiding</b>	11
<b>1 Interculturele communicatie</b>	13
1.1 Inleiding	13
1.2 Cultuur met een kleine c	13
1.3 Wat is communicatie?	29
1.4 Wat is interculturele communicatie?	40
<b>2 Culturen categoriseren: basiswaarden</b>	43
2.1 Inleiding	43
2.2 Cultuurspecialisten	46
2.3 Basiswaarden	52
2.3.1 Wat is de natuur van de mens?	53
2.3.2 Wat is de relatie van mens tot mens?	55
2.3.2.1 Collectivisme versus individualisme	55
2.3.2.2 Machtafstand	61
2.3.2.3 Particularisme versus universalisme	67
2.3.2.4 Neutraal versus emotioneel	70
2.3.2.5 Prestatie versus toeschrijving	73
2.3.3 Wat is de drijfveer van het menselijk handelen?	75
2.3.3.1 Feminiteit versus masculiniteit	76
2.3.3.2 Onzekerheidsvermijding	81
2.3.3.3 Hedonisme versus soberheid	86
2.3.4 Welke opvattingen heeft de mens over de ruimte om zich heen?	90
2.3.4.1 Persoonlijke ruimte	90
2.3.4.2 Privéterritorium	93
2.3.4.3 Specifiek versus diffuus	98
2.3.5 Welke tijdsoriëntatie heeft de mens?	101
2.3.5.1 Monochronie versus polychronie	101
2.3.5.2 Verleden, heden en toekomst	105
2.3.5.3 Kortetermijngerichtheid versus langetermijngerichtheid	107
2.3.6 Wat is de relatie van de mens tot de natuur en het bovennatuurlijke?	112

2.4	Interactie van waarden: godsdienst, organisatiestructuur, motivatie en conflicten	115
2.5	Relativering van het cultuurvergelijkend onderzoek	121
2.6	Cultuurverschillen in interculturele communicatie	122
<b>3</b>	<b>Cultuur en communicatie</b>	125
3.1	Inleiding	125
3.2	Communicatie	125
3.2.1	Verbale communicatie	127
3.2.1.1	Sapir-Whorf	133
3.2.1.2	Verbale non-vocale communicatie	135
3.2.2	Non-verbale communicatie	138
3.2.2.1	Non-verbale vocale communicatie	138
3.2.2.2	Non-verbale non-vocale communicatie	142
3.2.2.3	Interculturele misverstanden bij non-verbale communicatie	154
3.3	De context van de communicatie	156
3.4	Cultuurverschillen in het gebruik van communicatie-elementen	162
<b>4</b>	<b>Overeenkomsten en verschillen tussen Nederland, Vlaanderen en Europese culturen</b>	171
4.1	Inleiding	171
4.2	Buren met verschillende culturen	172
4.2.1	Wat is de natuur van de mens?	172
4.2.2	Wat is de relatie van mens tot mens?	172
4.2.2.1	Collectivisme versus individualisme	172
4.2.2.2	Machtafstand	173
4.2.2.3	Particularisme versus universalisme	174
4.2.2.4	Neutraal versus emotioneel	176
4.2.2.5	Prestatie versus toeschrijving	176
4.2.3	Wat is de drijfveer van het menselijk handelen?	177
4.2.3.1	Femininiteit versus masculiniteit	177
4.2.3.2	Onzekerheidsvermijding	178
4.2.3.3	Hedonisme versus soberheid	180
4.2.4	Welke opvattingen heeft de mens over de ruimte om zich heen?	182
4.2.5	Welke tijdsoriëntatie heeft de mens?	184
4.2.6	Wat is de relatie van de mens tot de natuur en het bovennatuurlijke?	186
4.2.7	Context	187
4.2.8	Samenvatting verschillen in waarden Nederland en Vlaanderen	188

