

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

SANDA POROPAT

**ETNIČKA DISTANCA I MEĐUKULTURALNI
ODNOSI**

Završni rad

Pula, 2016.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli

Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

SANDA POROPAT

**ETNIČKA DISTANCA I MEĐUKULTURALNI
ODNOSI**

Završni rad

JMBAG: 0303045172

Studijski smjer: Kultura i turizam

Predmet: Interkulturalne vrijednosti u turizmu

Mentor: doc. dr. sc. Mauro Dujmović

Sumentor: dr. sc. Dijana Drandić, viši asistent

Pula, rujan 2016.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisana Sanda Poropat, kandidat za prvostupnika kulture i turizma, smjer Kultura i turizam, ovime izjavljujem da je ovaj Završni rad rezultat mog vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Završnog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

U Puli, 2016.

Student:

Sanda Poropat

IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, Sanda Poropat dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj završni rad pod nazivom Etnička distanca i međukulturalni odnosi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

Sanda Poropat

SADRŽAJ

UVOD	1
1. ETNIČKA DISTANCA.....	3
1.1 Pojmovno određenje i obilježja etničke distance	3
1.2 Ljestvica etničke distance	4
1.3 Istraživanja o etničkoj distanci	5
1.4 Etnički odnosi	7
2. MULTIKULTURALNOST U TURIZMU	10
2.1 Uloga turizma u međukulturalnosti	10
2.2 Distribucija međunarodnih putovanja.....	12
2.3 Ograničenja u međukulturalnom turizmu	14
3. MEĐUKULTURNA KOMUNIKACIJA.....	15
3.1 Verbalna i neverbalna komunikacija	15
3.2 Prepreke međukulturalnoj komunikaciji	17
3.3 Odnos lokalnog stanovništva i turista	18
3.4 Strani jezici u svrhu boljeg razumijevanja turista	19
4. KULTURNA RAZLIČITOST	20
4.1 Različitosti naroda.....	20
4.2 Baština i tradicija	21
ZAKLJUČAK.....	23
LITERATURA	24
SAŽETAK	26
ABSTRACT	27

UVOD

Pojam etnicitet predstavlja pripadnost nekoj etničkoj grupi koja se sastoji od više pojedinaca koji dijele zajedničku kulturu, običaje, vjerovanja, norme i stavove, zajedničku povijest, simbole te imaju razvijen osjećaj zajedničkog identiteta.

Stupanj bliskosti ili udaljenosti između različitih etničkih skupina označava etnička distanca. Osim što mjeri razumijevanje socijalnih odnosa koji se javljaju u različitim socijalnim uvjetima i situacijama, etnička distanca se odnosi i na ponašanje koje jedna etnička grupa ima prema drugoj.

Obrazovanje turističkih kadrova za međukulturalne odnose, čini mlade svjesnim svoje nacionalne samobitnosti, ali ih uči i toleranciji prema različitostima.

Multikulturalnost razvija nove oblike ponašanja koji se odnose na promjene u svijesti i stavovima svih članova društva. Međukulturalna komunikacija dugo vremena se doživljavala kao kompliciran koncept, međutim, sve više je prisutna u međusobnim odnosima različitih kultura, kroz interakciju, odnosno uzajamno djelovanje i razumijevanje.

Predmet izrade završnog rada je etnička distanca i međukulturalni odnosi, a ciljevi rada su prikazati pojmovno određenje etničke distance, istraživanja o etničkoj distanci, multikulturalne odnosi u turizmu, ulogu obrazovanja turističkih kadrova za poticanje multikulturalnih odnosa te međukulturalnu komunikaciju.

Rad sadrži četiri glavna dijela. Prvi dio odnosi se na etničku distancu, gdje se prikazuje pojmovno određenje etničke distance te rezultati istraživanja koje su proveli različiti autori na temu etničke distance. Drugi dio rada odnosi se na multikulturalnost u turizmu. U ovom dijelu se opisuje uloga i vrijednosti turizma u multikulturalnim odnosima. Treći dio rada objašnjava međukulturalnu komunikaciju, donosi pregled definicija te prikazuje prepreke u interkulturalnoj komunikaciji u turizmu. U ovom poglavlju se također ukazuje na pozitivnu ulogu lokalnog stanovništva kao i turističkih djelatnika na uklanjanju etničke distance kao prepreke u međusobnim odnosima. Četvrti dio rada donosi naglasak na kulturnu različitost s ovrtnom na baštinu i tradiciju u kontekstu suvremenog turizma. Na kraju rada nalaze se zaključak, popis slika i popis korištene literature.

Kako bi se prikazao predmet rada i postigli zadani ciljevi, u radu su korištene različite znanstvene metode (analize, sinteze, deskripcije i komparacije) te pisani izvori autora iz područja međukulturalnih odnosa u turizmu.

1. ETNIČKA DISTANCA

Etnička distanca prema Parku je „stupanj i mjera razumijevanja i intimnosti koji karakteriziraju socijalne odnose uopće, a odnosi se na osjećaje udaljenosti ili distance između društvenih skupina, te se najčešće rabi da bi se označio stupanj udaljenosti ili bliskosti među pripadnicima etničkih skupina.“¹Etnička distanca povezana je i s „kulturnim markerima“ odnosno, objektivnim obilježjima poput jezika ili religije što može bitno ograničavati međusobne kontakte.

1.1 Pojmovno određenje i obilježja etničke distance

Etnička distanca kao mjera razumijevanja socijalnih odnosa uopće, javlja se u različitim socijalnim uvjetima i situacijama. Park je koncipirao etničku distancu kao „osjećanja bliskosti ili udaljenosti između društvenih grupa, a ta se osjećanja kreću od intimnih i toplih preko ravnodušnosti pa čak do neprijateljstva.“² Pojmovi predrasude i stereotipi često se povezuju s odnosima među različitim etničkim grupama. Predrasude često prikrivene, predstavljaju nepravedne, pristrane ili netolerantne stavove i mišljenja prema drugoj osobi ili skupini samo zato što ta osoba ili skupina pripada drugoj religiji, rasi, nacionalnosti. Predrasuda se manifestira kao netrpeljivost ili prijezir prema drugome i često su polazište za diskriminaciju. Dok za stereotipe možemo reći da su prebrze, nekompletne prosudbe koje često dovode do precjenjivanja razlika između svoje i drugih grupa.

Autori se slažu da pojam etnička distanca nastaje u Sjedinjenim Američkim Državama, te da je danas teško naći radove o ovoj temi u zapadnim demokratskim zemljama. „Jedno od mogućih objašnjenja leži u tome da je sam pojam “etničkog” pomalo zaboravljen u zapadnoj Europi i SAD-u, a da se pojam nacije vezuje za mjesto rođenja i boravka (dakle za državljanstvo), a ne, kako je to slučaj s istočnom i južnom Europom, s mitovima, kulturom, pa čak i jezikom predaka, pa je na našim prostorima baš kao i u cijeloj istočnoj Europi, pitanje etničke distance aktualno.“³

¹N. Abercrombie, N. Hill i S. Turner Bryans, *Rječnik sociologije*, Zagreb, Naklada Jesenski i Turk, 2008, str. 55.

²Š. Pilić, „Socijalna i/ili etnička distanca u Pokrčju“, *God. Titius*, vol. 6-7, no. 6-7, 2013. i 2014, str.529.-554.

³S. Puhalo, *Etnička distanca i (auto)stereotipi Bosne i Hercegovine*, Sarajevo, Friedrich Ebert Stiftung, 2009, str. 15.

Važno pitanje koje se nameće je što to predstavlja etnička distanca, te koja je poveznica sa stavom, potječu li iz istog izvora, ili je distanca jedna od komponenti stava.

„Postoji više razloga zbog kojih se distanca ne može svesti samo na stav, jer velika distanca nije uvijek znak neprijateljstva, negativnog stava, već i znak koliko je grupa prema kojoj se pokazuje distanca ispitaniku nepoznata, tuđa, a društvena distanca je određena i društvenim normama koje postoje u društvu, primjerice Kastinski sustav, zahtijeva jasnu i veliku socijalnu distancu između klasa, koju ne zasniva na neprijateljstvu između kasti.“⁴

1.2 Ljestvica etničke distance

Emory Bogardus je formulirao ljestvicu socijalne distance (Bogardus Social Distance Scale) kojom se mjeri stupanj bliskosti odnosno socijalne udaljenosti između različitih društvenih skupina (etničkih, rasnih, društvenih).⁵

Ljestvica je formulirana tako da postoji sedam stupnjeva socijalnih odnosa, gdje se prvi navode najintimniji odnosi, odnosno stupnjevi su:

- blisko srodstvo putem braka (prihvatanje stupanja u brak)
- prijateljstvo (biti blizak prijatelj)
- susjedstvo (biti dobar susjed)
- zaposlenje u istoj organizaciji (raditi zajedno)
- biti poznanik (državljanstvo, tj, stalni stanovnik jedne zemlje)
- prihvatiti ih samo kao posjetitelje u zemlji
- prognati ih iz zemlje (neprijateljski stav, isključenje iz zemlje).

„Logika ljestvice je da stupanj bliskosti koji je osoba spremna ostvariti s prosječnim članom određene grupe, iskazan procjenom na ljestvici, odgovara njenom odabiru i ponašanju u stvarnom životu.“⁶

Rezultati se koriste kako bi se utvrdio prihvatljiv stupanj bliskosti među različitim etničkim grupama. Bogardus je navedenu ljestvicu namijenio za istraživanja, odnosno mjerenje etničke

⁴*loc.cit.*

⁵B. Petz, *Psihologijski rječnik*, Zagreb, Prosvjeta, 1992, str.461.

⁶N. Havelka, B. Kuzmanović i D. Popadić, *Metode i tehnike socijalno psiholoških istraživanja*, Beograd, Filozofski fakultet, 1993, str. 43.

distance, iako je ljestvica upotrebljiva i za mjerenje primjerice skupina razlikih profesija, potom prema političkim, rasnim, nacionalnim, religijskim i ekonomskim skupinama. Tako se primjenom ljestvica na nacionalnim skupinama mjeri prisutnost predrasuda i stupnju tolerancije jedne etničke skupine prema drugoj.

„Kroz niz istraživanja u različitim zemljama i kulturama pokazalo se da različiti faktori određuju osnovu etničke distance, to mogu biti: rasa, religija, nacionalnost, profesija ili politička ideologija. Dakle, ovisno o karakteristikama ispitanika (npr. porijeklu), pridavat će se različita težina različitim faktorima koji određuju etničku distancu npr. neke grupe mogu naglašavati nacionalnost više od ostalih faktora, druge grupe mogu naglašavati klasnu pripadnost i sl⁷.

1.3 Istraživanja o etničkoj distanci

Istraživanje etničke distance i etničkih stereotipa kod nas nema dugu tradiciju. Sve do kraja osamdesetih godina na današnjim prostorima jugoistočne Europe moglo čuti da su etnička distanca i etnički stereotipi nešto što je u socijalističkom društvu nadvladano, a time nije ni vrijedno istraživanja.

„Početkom devedesetih godina dolazi do raspada Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije, što je praćeno „buđenjem nacionalne svijesti“ i potragom za osobnim etničkim identitetom. To je praćeno i ratnim dešavanjima, sa svim strahotama koje ratovi nose, a što ujedno produbljuje jaz između naroda i narodnosti koji su do tada živjeli zajedno.“⁸

Kada je riječ o provedenim istraživanja o etničkoj distanci, Katunarić navodi kako: „rezultati ankete ne moraju izražavati racionalizaciju od strane ispitanika jer oni tobože taje svoja ‘prava’ osjećanja” što bi predstavljalo nepovjerenje prema drugima. Najčešće riječ je o “objektivnoj slici iskrenih osjećaja” koji nisu imuni na situacijske promjene.“⁹

⁷Š. Pilić, *op. cit.*, str. 528.

⁸S. Puhalo, *op. cit.*, str. 6.

⁹V. Katunarić, *Rajska zajednica i društveni pakao – sociološka razmatranja*, Zagreb, Nacionalna zajednica Crnogoraca Hrvatske i Disput, 2013, str. 158.

U posebnim situacijama takve osjećaje zamjenjuje se strahom, nestabilnošću i općenito negativnim stavovima. Prema okolini koju nastanjuju drugi narodi podjednako je među ljudima prisutna otvorenost i zatvorenost.

Analizirajući podatke o socijalnoj distanci dobivene u istraživanju socijalne strukture u Hrvatskoj 1985. godine na kvotnom uzorku, Katunarić je utvrdio da na pitanje o partnerima u radu, Hrvati i “Jugoslaveni” najčešće biraju pripadnike svojih etničkih grupa, dok Srbi najčešće biraju “Jugoslavene”. Zanimljivo je da Srbi podjednako biraju za poželjne partnere u radu pripadnike srpske i hrvatske nacionalnosti.

„Premda je na pitanja o socijalnoj distanci oko 60% ispitanika konformistički izbjeglo svoje *prave* odgovore, ni dobiveni odgovori nisu *lažni* jer izražavanje netrpeljivosti prema drugima nije trajna kategorija.“¹⁰ Rezultati drugog istraživanja provedenog krajem 1989. godine, na samom izmaku i socijalističkog razdoblja i Jugoslavije, istovremeno u Hrvatskoj (2.511 ispitanika) i Bosni i Hercegovini (2.122 ispitanika) pokazuju kako na pitanje s kojim pripadnicima pojedinih naroda bi najradije radili, u Hrvatskoj pripadnici hrvatske nacije preferiraju Hrvate (92,2%), potom Srbe pa “Jugoslavene” i Muslimane. Srbi najviše preferiraju Hrvate (59%), a slijede pripadnici vlastite nacije (27,3%). i “Jugoslaveni” najviše preferiraju Hrvate te Jugoslavene, a zatim Srbe. Muslimani u BiH izražavaju najveću samopreferenciju (62,8%) a potom po prilici podjednako preferiraju Hrvate i Srbe. Srbi u BiH podjednako preferiraju Muslimane i Srbe, “a najmanje Hrvate i Jugoslavene”. Hrvati u BiH jednako preferiraju Muslimane i Hrvate, dok Srbe značajno manje, a Jugoslavene najmanje.¹¹

U listopadu 2002. godine agencija za ispitivanje tržišta GfK iz Zagreba ispitivala je etničku distancu građana Hrvatske prema pripadnicima četiriju naroda: Srbima, Bošnjacima-Muslimanima, Crnogorcima i Slovencima. Istraživanje je provedeno na tisuću punoljetnih građana Republike Hrvatske. Rezultati pokazuju da građani Hrvatske najveću distancu imaju prema Srbima, potom Bošnjacima-Muslimanima i Crnogorcima, dok je najmanja distanca, ali ne i mala, prema građanima Slovenije. Ovo istraživanje je također pokazalo da u ovisnosti od regije u kojem je obavljeno istraživanje varira i stupanj distance prema određenim narodima.

¹⁰*loc. cit.*

¹¹*Ibidem*, str. 172-173.

Srbi se najviše odbacuju u Dalmaciji i Slavoniji, dok su Primorje, Istra i Gorski Kotar mnogo tolerantniji.¹²

Istraživanje pod nazivom “Nacionalni identitet i etnička distanca studenata hrvatske, bošnjačke i srpske nacionalnosti” sprovedeno je na uzorku od 204 studenta različitih fakulteta Sveučilišta u Zagrebu. Podaci su prikupljeni tijekom 2000. i 2002. godine. Istraživanje je pokazalo da postoji razlika u izraženosti nacionalnog identiteta između ispitanika hrvatske, bošnjačke i srpske nacionalnosti, pri čemu je prosječna vrijednost nacionalnog identiteta za ispitanike bošnjačke nacionalnosti statistički značajno veća od prosječne vrijednosti nacionalnog identiteta ispitanika hrvatske te ispitanika srpske nacionalnosti. Kod ispitanika hrvatske nacionalnosti postoji statistički značajna razlika u izraženosti socijalne distance prema Bošnjacima i prema Srbima. Ispitanici bošnjačke nacionalnosti imaju značajno izraženiju prosječnu socijalnu distancu prema Srbima i najviši stupanj bliskosti koji su spremni ostvariti s njima je “biti susjedi”, u odnosu na prosječnu socijalnu distancu prema Hrvatima, s kojima bi bili spremni ostvariti blizak prijateljski odnos. Ispitanici srpske nacionalnosti imaju značajno izraženu prosječnu socijalnu distancu prema Bošnjacima, s kojima bi pristali da budu “susjedi”, za razliku od manje izražene socijalne distance prema Hrvatima, s kojima bi bili spremni ostvariti blizak prijateljski odnos.¹³

1.4 Etnički odnosi

U razdoblju od završetka Hladnog rata do danas, kao jedno od središnjih pitanja globalne sigurnosti pojavili su se etnički sukobi. Ratovi na području bivše Jugoslavije te u drugim dijelovima svijeta (Afrika, Azija), koji su sadržavali i naglašenu etničku komponentu u sukobu, potaknuli su tijekom protekla dva desetljeća intenzivno akademsko proučavanje etničkih sukoba. Ipak, usprkos brojnim istraživanjima, fenomen etničkog sukoba, te njegov utjecaj na globalnu sigurnost i dalje je obilježen mnogim otvorenim pitanjima i nepoznicama.¹⁴

¹²S. Puhalo, *op. cit.*, str. 94.

¹³D. Kosanović, *Nacionalni identitet i socijalna distanca studenata hrvatske, bošnjačke i srpske nacionalnosti*, Zagreb, diplomski rad, 2013, str. 89.

¹⁴S. Tatalović, *Globalna sigurnost i etnički sukobi*, Zagreb, Politička kultura, 2010, str.13.

„Značajan dio problema povezanih s istraživanjem etničkih sukoba proizlazi iz činjenica da je istraživanje sukoba i ratova u akademskoj zajednici desetljećima bilo povezano sa sukobljavanjem supersila za vrijeme Hladnog rata.“¹⁵

Sinonim "etnički" bilo bi krivo povezivati s antropološkim razlikama među ljudima. Umjesto toga, u mnogim definicijama pojam etničkog odnosi se na definiranje određene skupine utemeljeno na zajedničkom identitetu njezinih članova. To je vidljivo u sljedećim definicijama etničkih skupina:¹⁶

- Prema Maxu Weberu etničke skupine su skupine ljudi koje dijele subjektivno vjerovanje u njihovo zajedničko porijeklo zbog međusobne fizičke sličnosti, sličnosti običaja ili oboje, ili zbog sjećanja na kolonizaciju ili migraciju; ovo vjerovanje mora biti važno za formiranje skupine. U skladu s time, nije važno postoji li među članovima skupine objektivno krvno srodstvo ili ne postoji.
- Prema Donaldu Horowitzu etnicitet i etnička skupina su zasnovani na mitu o kolektivnom nasljeđu, koje uobičajeno nosi i osobine za koje se vjeruje da su prirodene skupini.
- Prema Jamesu D. Fearonu etnička skupina ima sljedeće osobine:
 - članstvo u skupini je nasljedno (članovi su potomci prethodnih generacija)
 - članovi su svjesni identiteta skupine
 - članovi dijele zajedničke kulturne osobine
 - kulturne osobine prihvaćena većina članova skupine
 - skupina ima sjećanja na prvobitnu domovinu
 - skupina ima zajedničku povijest koja je barem djelomično utemeljena na činjenicama a ne na mitu.
- Anthony Smith etničku skupinu definira kao skupinu ljudi s mitovima o zajedničkom porijeklu, dijeljenim povijesnim sjećanjima, jednim ili više elemenata zajedničke kulture, s vezom s domovinom i s osjećajem solidarnosti. Na temelju ovih (i drugih sličnih definicija) mogu se navesti sljedeće odrednice identiteta etničkih skupina: jezik, društveni običaji, povijesno iskustvo, vjera, fizički izgled, područje prebivališta.

¹⁵*Ibidem*, str. 15.

¹⁶*Ibidem*, str. 21.

Usredotočenost na pitanje identiteta otvara cijeli niz pitanja i problema na koje trenutno nema odgovora. Je li identitet pojedine etničke skupine primordijalan, ili on uopće nema povijesnu osnovu, već ovisi o okolnostima (teza o tome kako je etnički čimbenik dio identiteta određene skupine u onoj mjeri u kojoj doprinosi članovima skupine u postizanju sigurnosti, materijalnog bogatstva ili pristupa političkoj moći).¹⁷

¹⁷*loc. cit.*

2. MULTIKULTURALNOST U TURIZMU

„Pojam multikulturalnost susrećemo u svim dijelovima kulture: jeziku, književnosti, umjetnosti, mitologiji, religiji i modernoj ideologiji. Temelji se na zamisli boljega i humanijega društva i budućnosti u kojem će rasizam i dominacija čovjeka nad čovjekom biti eliminirani.“¹⁸

Multikulturalnost kao kulturni pluralizam je novi način viđenja sličnosti i razlika koji se javlja prvo u Sjedinjenim Američkim Državama, potom i u Europi. U 20. stoljeću se javlja suvremeni multikulturalizam u odgojno-obrazovnoj politici kako bi se sjedinili, odnosno približili interesi većinskih i manjinskih etničkih skupina.

Multikulturalnost označava društvene i kulturne odnose više nacija, naroda, etničkih zajednica, i ljudi, odnosno odnos među kulturama koje su u međusobnoj interakciji.

Za veću multikulturalnost u turizmu zaslužni su brojni čimbenici, poput klimatskih uvjeta, kulturnih atrakcija, te modernizacija prometa. Sve navedeno uz brojne druge čimbenike predstavlja pokretač odlaska na odmor i turističkih putovanja.

„U proširenom konceptu interkulturalizma, interkulturalna se načela sve više ugrađuju u mnoga područja ljudske djelatnosti. Jedno od njih je turizam, koji ima neprijeporno prvorazrednu interkulturalnu dimenziju i funkciju, jer u konkretnim prilikama omogućuje suočavanje, komunikaciju, međusobno upoznavanje i vrednovanje, razmjenu vrijednosti, modela, načina i stilova života, te društveno-etičko poštivanje.“¹⁹

2.1 Uloga turizma u međukulturalnosti

Razvojem turizma kao i promjenama u turističkom sektoru, sve više dolazi do susreta i međusobnih kontakata pripadnika različitih kultura. Veliku ulogu u pozitivnoj interakciji imaju turistički djelatnici. Potrebno je posezanje za dodatnim izvorima, odnosno stručnim usavršavanjem, budući da određen broj turista imaju sve veće zahtjeve kada je riječ o uslugama koje im mogu biti pružane.

¹⁸M. Sablić, *Interkulturalizam u nastavi*, Zagreb, Naklada Ljevak, 2014, str. 12.

¹⁹S. Jagić, „Imanenets interkulturalizma u turizmu,“ *Sociologija selo*, 42, 1, 2004., str. 196.

„Stručno usavršavanje i obrazovanje čine jedno od najdjelotvornijih načina s pomoću kojih škole mogu brzo reagirati na promijenjene okolnosti.“²⁰

Bez obzira na turiste, davatelji usluge moraju biti svjesni različitih kultura, njezinog doprinosa i vrijednosti za svaku etničku zajednicu. Stoga je potrebno poticati razvoj pozitivnih interkulturalnih odnosa, kako bi se prihvatile i uvažile različite kulture i njihove vrijednosti. Važno je biti svjestan činjenice da turisti sa sobom nose različita shvaćanja te da su njihove društvene stvarnosti i kulturni modeli različiti od naših.

Uloga lokalnog stanovništva slična je onoj ulozi medijatora koji među različitim ljudima, kulturama, znanjima te ponašanjima pokušava izvući ono najbolje. Davatelj usluge ili lokalni stanovnik treba steći dodatne kompetencije kako bi bolje upoznao druge, njihove posebnosti, jezik ili kulturu. Stoga, interkulturalni odnos lokalnog stanovništva prema turistima možemo definirati kroz nekoliko osobina:

- verbalna i neverbalna komunikacijska kompetencija
- dobro poznavanje vlastite kao i druge kulture
- sposobnost poštivanja, razumijevanja i prihvaćanja „stranaca“ koji pripadaju drugim kulturama
- interaktivan odnos s drugima
- kontinuirano nadograđivanje saznanja o sebi kako na individualnoj tako i na razini pripadajuće skupine
- sposobnost povećane otvorenosti, fleksibilnosti, kreativnosti i kritičnosti
- shvaćanje posljedica diskriminacije kulturno drugačijih
- sposobnost razvoja nestereotipnog mišljenja i antipredrasudnih stavova.

Orijentiranost prema turistima odnosi se na pristupe koji su najčešće individualni prema turistu kao pojedincu. Potrebno je naglasiti kako je važno jednako se odnositi prema svima kako ne bi došlo do diskriminacije i osjećaja manje vrijednosti. Potrebno je da davatelj usluge ima različita interkulturalna znanja i sposobnosti, kako bi mogao pružiti što kvalitetniju i bržu uslugu. Nadalje, u ovom kontekstu može se spomenuti kulturalna osjetljivost koja se ostvaruje poštivanjem i prihvaćanjem različitih kultura.

²⁰A. Perotti, *Pledoaje za interkulturalni odgoj i obrazovanje*, Zagreb, Educa, 1995, str. 101.

Kako se kulturalna raznolikost smatra bogatstvom, potrebno je kulturalne posebnosti svakako uvažiti kada je riječ o turizmu. Tinski rad je temelj suradničkih odnosa, a cilj je poticanje razumijevanja, pomaganja, te podjele odgovornosti. Pružatelji usluga moraju se posvetiti problemu koji je izazvao trenutni konflikt te ujedno ostati nepristrani i imati razumijevanja. Osoblje u turizmu mora posjedovati interkulturalne kompetencije, te imati sposobnosti rješavanja neugodnih situacija u međusobnim kontaktima pripadnika različitih kultura.

Važno je spomenuti kao je potrebno da svi djelatnici u turizmu budu svjesni svojih promjenjivih uloga te da usavršavaju svoja znanja u kontekstu poslovanja te djelovanja na turističkom i međunarodnom tržištu.

Multikulturalni turizam unaprjeđuje međunarodne standarde i razvija specifična znanja i vještine. Iako postoje i negativni utjecaji, koji se odnose na određena ograničenja.

Multikulturalnost u turizmu se može promatrati sa sljedećih aspekata:²¹

- socio-kulturni aspekt (religijska uvjerenja, način života, tradicija)
- tehnološki aspekt (informacijsko-komunikacijske tehnologije)
- ekonomski aspekt (zaposlenost, povećanje prihoda)
- etički aspekt (tolerancija i poštivanje)
- politički aspekt (upravljanje destinacijom)
- legislativni aspekt (zakonske odredbe i norme u turizmu)
- ekološki aspekt (ekološka održivost, očuvanje okoliša).

2.2 Distribucija međunarodnih putovanja

U Europi je međunarodni turizam dominantan. Na njega otpada polovica ukupnih turističkih dolazaka i prihoda. Međutim, uočava se smanjivanje njegovog udjela kako se na tržište plasiraju druge destinacije svijeta koje su u turističkom usponu i razvoju. Turistički trendovi dakle označavaju promjenjivi pravac razvoja odnosno kretanja turističkih pojava.

²¹J. Gržinić.: *Međunarodni turizam*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", Pula, 2014., str. 53.

Primjer uzroka turističkih kretanja je kulturni turizam, odnosno želja za upoznavanjem kulturno povijesnog naslijeđa određene destinacije. Zbog jedinstvenosti, neponovljivosti i rijetkosti određeni prostor dobiva na vrijednosti i značaju.

Danas se sva neekonomska dobra često pretvaraju u ekonomska, koja sa sobom nose i neke loše strane kulturnog turizma. Vidljivo je djelomično rušenje, oštećenje, uništavanje ili čak potpuni nestanak kulturnih vrijednosti na nekom području. Da ne bi došlo do takvih situacija, zemlje koje brinu o svojim kulturnim dobrima, uvode različite propise i pravila kojima pokušavaju barem djelomično spriječiti uništavanja. Grčka je uvela određene propise o ograničenju ulaska broja turista u zemlju, a SAD je zabranio automobilski promet u određenim dijelovima bivših kolonija.

Zanimljivo je istaknuti zaključke Konferencije o zaštiti kulturno-povijesnog naslijeđa Velike Britanije koji se odnose na razrađene turističke planove kao preduvjet razvoju kulturnog turizma. Oni dio prihoda od turističke zarade odvajaju za zaštitu spomenika kulture, prilagođavaju obrazovne programe ponašanju na turističkim destinacijama te formiraju nove gradnje infrastrukture u skladu sa okruženjem. Cijeli infrastrukturni razvoj su prilagodili očuvanju nekadašnjeg izgleda određenog područja u svrhu razvoja kulturnog turizma.

„Turizam ima svojstvo da gospodarskim instrumentima u okviru održivog razvoja, pridonese zaštiti okoliša, zaštiti prostora i razvoju gospodarstva, pretvarajući različita prirodna i kulturna dobra bez njihova oštećenja i bitnih promjena, u gospodarsko dobro.“²²

S obzirom na trendove modernog kulturnog turizma i budući da je današnje vrijeme, vrijeme znanja, tehnologije i komunikacije, potrebno je obogatiti kulturni sadržaj i plasirati kao konkurentski na tržištu odgovarajućim marketinškim strategijama. Internet je osnovno komunikacijsko sredstvo, putem kojega se rezerviraju noćenja, karte, te drugi pristupi željenim kulturnim sadržajima. Također, društvo nameće kulturno obrazovanje te ljudi sve više posjećuju razne kulturne manifestacije i festivale u cilju praćenja trenda modernog društva. Sve veća je zainteresiranost za praćenjima različitih oblika kulture te otkrivanju povijesnih činjenica na postojećim kulturnim lokalitetima i manifestacijama koje daju uvid u prijašnji život, običaje i kulturnu baštinu.

²² E. Kušen: *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb, 2002., str. 60.

Kulturni turizam domaćem i stranom turistu pruža kreativnost sudjelovanjem u raznim radionicama vezanim za lokalne običaje i kulturu. Modreni kulturni turizam u posljednje vrijeme obuhvaća i religijski turizam, putovanja zbog učenja jezika te kreativni i edukacijski turizam.

2.3 Ograničenja u međukulturalnom turizmu

Ograničenja u međukulturalnom turizmu utječu na razvoj destinacije, a najčešće se odnose na:

- ograničenja koja utječu na individualne putnike
- ograničenja koja utječu na sektore povezane s turizmom.

Ograničenja koja se odnose na individualne putnike se vežu za zakonske odredbe zemalja, odnosno izdavanje viza, različite procedure izdavanja dokumenta, kao i regulacija u prometu i postojeće infrastrukture.

Od danas prisutnih prepreka ističu se i ekonomski i socijalni motivi odnosno:²³

- turističke destinacije su lake mete
- turističke destinacije su simbol nacionalnog i kulturnog identiteta te napad na njih je zapravo napad na naciju
- turistička ekonomija destinacije je isprepletana s regionalnom i nacionalnom ekonomijom
- napadi rezultiraju velikim brojem žrtava
- dolazi do stvaranja masovnog publiciteta.

²³Mansfeld, Y, Pizam, A., *Towards a Theory of Tourism Security*, in: *Tourism, Safety & Security, From Theory to Practice*, eds. Mansfeld, Y, Pizam, A., Elsevier Inc., Oxford, 2006., str. 141.

3. MEĐUKULTURALNA KOMUNIKACIJA

Komunikacija je dio kulture koja obuhvaća modele kulturnog ponašanja, a komunikacijska kultura obuhvaća pretpostavke i pravila koja pripadnici neke grupe slijede u verbalnoj i neverbalnoj komunikaciji. Pravila i norme određene kulture određuju tko s kim i u kojim prilikama, te obliku o kojim sadržajima može, smije ili mora komunicirati.

„Polazeći od realnosti da brojne turističke destinacije predstavljaju stjecišta različitih kultura i jezika te da osnovne sastavnice turizma implicirajući susret, kontakt, komunikaciju, dijalog, razumijevanje i prihvaćanje, neizbježno podrazumijevaju i prefiks interkulturalnoga, izazovi budućnosti suvremenog turizma ogledaju se u suvremeno strukturiranoj turističkoj ponudi koja bi trebala artikulirati one sadržaje, programe i oblike komunikacije koji će, promatrajući svijet iz različitih filozofskih kutova i širina, u neposrednim dodirima između različitih kultura razgrađivati stereotipe, predrasude i stigmatizaciju među ljudima.“²⁴

Međukulturalna komunikacija je komunikacijski fenomen u kojem sudionici različitog kulturnog podrijetla međusobno dolaze u posredan ili neposredan kontakt. Prisutna je sposobnost shvaćanja druge osobe bez obzira slagali se ili ne s njezinim stavovima ili načinom razmišljanja.

Važnost međukulturalne komunikacijske kompetencije u višejezičnoj i multikulturalnoj Europi je neosporna.

3.1 Verbalna i neverbalna komunikacija

Međukulturalna komunikacija u turizmu se temelji na uspostavljanju interakcija i komunikacija sa drugim kulturama. Bitno je razumijevanje s obzirom na različito kulturalno iskustvo. Kada je riječ o verbalnoj komunikaciji onda se govori o jeziku, a neverbalna komunikacija se odnosi na geste, mimiku, vanjski izgled te pokrete.

Poznavanje neverbalne komunikacije često utječe na međusobno razumijevanje i kontakt različitih kultura.

²⁴V. Bedeković, „Pedagoške implikacije obrazovanja turističkih kadrova za interkulturalne odnose,“ *Hrvatsko znanstveno stručni skup o menadžmetnu u turizmu*, vol. 1, no, 1., 2010., str, 194.

„U međukulturalnoj komunikaciji, naglasak nije na kulturnim karakteristikama pojedinca, već u komunikacijskom procesu koji se odvija između sudionika različitog kulturnog podrijetla, koji međusobno dolaze u posredan ili neposredan kontakt.“²⁵ Stoga, biti međukulturalno komunikacijski kompetentan znači biti sposoban približno shvatiti misli druge osobe, bez obzira slagali se ili ne s njenim načinom razmišljanja.

Na međukulturalnu komunikaciju može utjecati čitav niz faktora, daleko veći nego kad je u pitanju komunikacija u okviru jedne kulture. Kao najčešće prepreke uspješnoj međukulturalnoj komunikaciji ističu se predrasude i stereotipi. Glavni cilj međukulturalnog dijaloga je izbjeći nasilje te se interkulturalni dijalog shvaća kao korak prema miru, izabran kao središnja vrijednost za kolektivnu strategiju opstanka, umjesto opcije nasilja.

U međukulturalnoj komunikaciji važno je znati slušati sugovornika bez obzira na različitost. Da bi neka osoba uspješno međukulturalno komunicirala mora imati visok stupanj interkulturalnih kompetencija. Ključne stvari pri međukulturalnoj komunikaciji su:

- prilagoditi svoje ponašanje situaciji u kojoj se nalazimo gledajući druge što rade ili se unaprijed pripremiti za komunikaciju
- shvatiti kulturnu različitost i suosjećati sa sugovornikom
- biti spreman pitati kako ne bi došlo do nesporazuma
- poštivanje sugovornika, prilagođavanje i mijenjanje svojih vlastitih stavova i navika, odlike su uspješnog međukulturalnog sugovornika.

Potrebno je shvatiti posljedice diskriminacije kulturno drugačijih, te usvojiti sposobnost razvoja nestereotipnog mišljenja i antipredrasudnih stavova. U današnje vrijeme postoji velika potreba za međukulturalnim komunikacijskim vještinama. Poznavanje i poštivanje raznolikosti među kulturama dovodi do uspješne međukulturalne komunikacije u multikulturalnoj zemlji. Također, komunikacija je izravan instrument solidarnosti ukoliko postane glavnim sredstvom u rješavanju problema pojedinaca, ali i cijelih naroda.

Kontakt između dvaju ili više kultura koji se ostvaruje u turističkom procesu, prilika je za promišljanje o vlastitom i tuđim identitetima. On može imati pozitivne, ali i negativne

²⁵E. Piršl, *op. cit.*, str.228.

posljedice kao što je stvaranje stereotipa, komercijalizacija kulture, destrukcija baštine, izazivanje društvenog konflikta itd.²⁶

3.2 Prepreke međukulturalnoj komunikaciji

Od početka svijeta, jasno je kako postoje razlike među kulturama. Brisanje razlika odnosno nepriznavanje postojanja istih, često je uzrok prepreka.

Prepreke nastaju zbog pomanjkanja komunikacije, osobe ne mogu jasno izreći svoja mišljenja, potrebe i očekivanja. Ograničena percepcija dovodi do krivog tumačenja namjera, stavova i postupaka drugih osoba. Da bi se navedeno izbjeglo i razjasnile namjere i tumačenje postupaka, potrebno je postići bolju i zreliju komunikaciju.

„Percepcija vanjskog svijeta nije čisti odraz vanjske stvarnosti u našem mozgu, nego je to prije svega čovjekova psihonervna aktivnost, kojom zahvaća, upoznaje (registrira) i interpretira objektivnu realnost.“²⁷ Shodno navedenom, percepcija je subjektivna i ovisi o kvalitetama osobe, odnosno individualnom stanju.

Stereotipi kao i predrasude ograničavaju i zaustavljaju međusobne kontakte, a osobe se kategoriziraju po vrlo vidljivim značajkama kao što su rasa, spol, nacionalnost, fizički izgled; svim članovima iste kategorije ili društvene grupe pripisuju se posjedovanje istih značajki a bilo kojem pojedincu za kojeg se percipira da pripada toj grupi pripisuje se posjedovanje tih stereotipnih značajki.

Campbell ističe četiri posljedice stereotipa na predrasude i diskriminaciju:²⁸

- stereotipi djeluju tako da precjenjuju razlike koje između grupa postoje
- stereotipi djeluju tako da uzrokuju podcjenjivanje razlika unutar grupe
- stereotipi izobličavaju stvarnost jer precjenjivanje razlika između grupa i podcjenjivanju razlika unutar grupe ima malo veze s istinom
- stereotipi su obično negativni stavovi koje ljudi koriste da bi opravdali diskriminaciju ili sukob s drugima.

²⁶Ibid

²⁷M. Nikić, : *Intrapsihički i interpersonalni konflikti, Dijagnoza i terapija*. Odnov. život 1, 2012. str. 69.

²⁸D. Pennington, : *Osnove socijalne psihologije*, Slap, Jastrebarsko, 1997., str. 119.

Osim stereotipa i predrasuda, prisutne su i jezične prepreke. Jezična raznolikost pridonosi kulturnoj raznolikosti, a nepoznavanje jezika, dovodi do smetnji u međusobnoj komunikaciji i do pogrešnog tumačenja poruke, odnosno nesporazuma. Veliku ulogu ima i kompleksnost poruke koju primamo ili šaljemo, jer jasno i jezgrovito formulirana poruka temelj je interkulturalne komunikacije.

3.3 Odnos lokalnog stanovništva i turista

U turističkim destinacijama lokalno, domicilno stanovništvo veoma je važna interesna skupina iz razloga jer sudjeluje u kreiranju te plasiranju turističkog proizvoda turistima, a i sama uspješnost proizvoda ovisi o tome.²⁹ Stanovništvo će biti zadovoljno turističkim razvojem ako mu isti osigura određena sredstva života te ugodan prostor, a da se time teži održivosti i ne narušava prag tolerancije lokalnog stanovništva.

Razvojem turizma u destinacijama pridonosi se kako pozitivnim tako i negativnim učincima u prostoru. U suvremenim turističkim kretanjima zasigurno ni resursi, ni lokalno stanovništvo, a ni gospodarstvo koji se nalaze u određenom turističkom području ne postaju imuni na kretanja oko sebe.

Promjene koje se ponajprije događaju unutar lokalne zajednice, a uzrokovane su turističkim razvojem, imaju pozitivan utjecaj na mogućnost zapošljavanja, poboljšanje infrastrukture, ali i negativan utjecaj na narušavanje mira lokalne zajednice, prometne gužve, kriminal i nesigurnost.

Različiti stavovi lokalnog stanovništva često se prilagođavaju potrebama turista, dok turist dolazi sa svojom kulturom, načinom života i željama kako bi upoznao novi prostor, tradiciju, kulturno-povijesnu baštinu i drugo.

Potrebno je kontrolirati taj odnos između lokalnog stanovništva i turista kako bi u konačnici svi bili zadovoljni. Prilikom neposrednog susreta s lokalnim stanovništvom stvaraju se međukulturalni odnosi te se određene etničke distance stavljaju po strani. Nepotrebno je i nadalje nepoželjno bilo koga na bilo koji način diskriminirati.

²⁹E. Rudan, *Menadžment u funkciji razvoja kulturnog turizma destinacije*: doktorska disertacija, Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2011., str. 23.

Lokalno stanovništvo je vrlo važan dionik u razvoju turizma destinacije, a zainteresirano je za njen razvoj jer je svjesno da iskorištavanjem resursa i lošim odlukama menadžmenta može rezultirati uništavanjem postojećih vrijednosti u njihovoj životnoj sredini. Kvaliteta života stanovništva u destinaciji ne smije se narušavati jer njenim uništavanjem i narušavanjem gubi se domicilno stanovništvo, a koje bi trebalo biti jedan od nositelja gospodarskog razvoja.

Utjecaj turizma na lokalno stanovništvo može biti dvojak:

1. stimulira neke pozitivne osobine lokalnog ponašanja: promiče samosvijest, ponos, samopouzdanje i solidarnost među lokalnim stanovništvom;
2. izaziva negodovanje zbog prisutnosti turista: vodi do osjećaja dosade, opozicije pa čak i mržnje prema turistima.³⁰

Upravo zbog tog dvojakog efekta koji se stvara u odnosima između lokalnog stanovništva i turista potrebno je pronaći ravnotežu i stvoriti osjećaj ugone i međusobnog uvažavanja i poštivanja.

Iz tog razloga, često se provode istraživanja kako bi se utvrdili stavovi domicilnog stanovništva o međukulturnim kontaktima kako bi se mogla izvršiti poboljšanja te kako bi se educirali i usvojili dodatne kompetencije.

3.4 Strani jezici u svrhu boljeg razumijevanja turista

Međukulturalna komunikacija u turizmu uključuje i učenje stranih jezika. Djelatnik turizmu koji posjeduje jezične vještine, zna i razumije određeni strani jezik ulazi u međukulturnu komunikaciju lakše i nije opterećen razlikama i nepoznavanjem jezika i kulture.

Danas je engleski svjetski jezik kojeg „svi znaju“, međutim osim njega potrebno je poznavati i druge strane jezike kako bi znanja i iskustvo bilo na višoj razini te samim time pojedinci doprinose razvoju turističkog sektora.

³⁰D. A. Jelinčić, „Turizam vs. Identitet: globalizacija i tradicija,“ *Etnološka istraživanja*, broj 1, 2006., str. 161-207.

4. KULTURNA RAZLIČITOST

„Jedan je španjolski novinar rekao kako je turist dijete 20. stoljeća koje putuje samo kako bi oživjelo vlastite predrasude.“³¹ Neznanja o drugima su mogućnost stjecanja znanja temeljem kontakta s drugim zajednicama. „Odnos između turista i lokalnog stanovnika privremen je i nejednak, a bilo koji društveni odnos koji je tranzitoran, površan i nejednak leglo je prijekave, eksploatacije, nepovjerenja, nepoštenja i oblikovanja stereotipa.“³²

4.1 Različitosti naroda

Svaki narod je na svoj način specifičan, a nužno je razumijevanje različitih kulutra kako bi se dobio uvid u način života jednog društva.

Kada se radi o ljudima drukčije kulture i nacionalnosti, može se izdvojiti slijedeće:³³

- Nijedna kultura nije zajednička svakome. Tu su sličnost i razlike, prihvaćene i tabu činjenice.
- Svi smo drukčiji jedan od drugog. Ljudi imaju različita gledišta, standarde življenja, pristupe životu i načinu kako njime upravljati.
- Kulturne različitosti su činjenice. Svi imamo pravo da budemo drukčiji od drugih, a i oni od nas.
- Možemo učiti od drugih kultura. Pohvalno je i uzbudljivo znanje da si blizak s različitim običajima i navikama druge kulture.
- Borite se za svoja uvjerenja. Simultano ponašanje u bilo kakvom značenju može biti most razlike unutrašnje kulture.
- Dopustimo si da uživamo jedni u drugima.

Različitosti se moraju prihvatiti, jer pogrešna razmišljanja o nekome ili nečemu zbog udaljenosti od naše racionalne i etničke pozadine nema opravdanje.

³¹ Ibid

³² D. MacCannell, „Reconstructed Ethnicity: Tourism and Cultural Identity in Third World Communities,“ *Annals of Tourism Research* 11, 1984., str. 387.

³³ Ibid

„Neki istraživači karakteriziraju turizam kao jedan od najdjelotvornijih instrumenata za diseminaciju socijalnih i kulturnih modela industrijaliziranih zemalja, a tako onda i kao moćno sredstvo dominacije i eksploatacije. Tako međunarodni turizam djeluje kao i masovni mediji; potrošnja stranaca, u stvari, predstavlja model potrošnje industrijaliziranih zemalja.“³⁴

„Prirodno je da ljudska bića racionaliziraju ‘drugog’ na način koji je njima samima od koristi pa je upravo zbog te ideološke pogrešnosti teško prepoznati njihovo funkcionalno značenje. Ali zauzimanje moralnog stajališta o stereotipiziranju, ne bi smjelo spriječiti istraživanje integralnih uloga koje stereotipi igraju u turističkom procesu.“³⁵

Učinak koji lokalno stanovništvo ostvaruje tretirajući sve turiste manje-više istima, ne može se usporediti s učinkom kojeg turisti mogu ostvariti kod lokalnog stanovništva (primitivni, tradicionalni, zatvoreni, egzotični). Za manjine, etničko označivanje može biti razorno; naime, većinsko stereotipiziranje manjine u osnovi je opresivno; kolonijalizam je dokaz kako je stereotip zadobio političke/rasne konotacije iskazujući dominaciju jače, većinske nacije, oprimirajući istodobno slabiju naciju koja je u manjini.“³⁶

4.2 Baština i tradicija

Baština je označena pojmom stabilnosti, odnosno kontinuiteta. No, produbljivanjem proučavanja odnosa turizma i baštine, vidljivo je kako turizam mijenja takav pogled na baštinu. Budući da turizam nije statički fenomen, nego ga odlikuje dinamika, on utječe na samu tradiciju, baštinu odnosno kulturu. U nekim se zajednicama tradicija čak i mijenja upravo radi turizma; ona se izmišlja ili stvara. Moderno društvo prisiljava ljude na stvaranje vlastitih tradicija, a jedna od najsnažnijih modernih tradicija upravo i jest turizam.³⁷

Danas je turizam jedna od najmoćnijih suvremenih tradicija, tj. najmoćnije sredstvo utjecaja na tradiciju. On je prilika za kontakt raznih naroda i kultura, a budući da je ekonomski gotovo

³⁴D.A. Jelinčić, *Nav.dj.*, str. 163.

³⁵Ibid, str 167.

³⁶Ibid, str. 168.

³⁷G. Richards, #Production and Consumption of European Cultural Tourism,“ *Annals of Tourism Research*, Vol 23 No 2, 1996., str. 263

uvijek poželjan za lokalnu zajednicu, ona će se često poslužiti svim sredstvima kako bi turista ‘namamila’, ali i zadržala. Stoga smo često svjedoci ‘preuređivanja’ lokalne tradicije, a sve u svrhu turističke promidžbe.

Primjeri izmjene tradicije vidljivi su u cijelom svijetu, a prisutni su i u nas. Tako su, primjerice, neka mjesta jadranske obale, ako ne izmislila, a onda barem promijenila tradiciju: u Novom se Vinodolskom i Senju maškare održavaju i ljeti. Taj je događaj vezan uz crkveni kalendar pa se u skladu s njime održava zimi i ima svoju točno određenu ulogu prije korizme, tj. doba suzdržavanja od jela i pića.

U ljeti maškare gube prvotnu funkciju, ali dobivaju novu, turističku. Idući je primjer iz Toskane, talijanske regije vrlo velike turističke posjećenosti. Naime, tamo su u posljednjih dvadesetak godina mnoge lokalne zajednice organizirale veliki broj javnih manifestacija koje su, navodno, na ovim prostorima bile prisutne još u srednjem vijeku. Ta srednjovjekovna tendencija otkriva izbor koji je lokalna zajednica namijenila svom stilu života, neku vrstu prilagodavanja povijesti koja predstavlja osobitost Toskane, a to je izmišljanje tradicije.³⁸

³⁸P. Clemente, P. „Toscana, un turismo senza cultura,“ *Turismatica: Turismo, cultura, nuove imprenditorialita e globalizzazione dei mercati*, Franco Agnelli, Milano, 1997, str. 148.

ZAKLJUČAK

Istraživanjem izraženosti nacionalnog identiteta te etničke distance dobivaju se relevantne informacije koje imaju posebno značenje u multikulturalnim društvima, a govore koliko su njegovi članovi, kao pripadnici pojedinih nacionalnih, religijskih ili kulturalnih skupina vezani za svoju skupinu te tolerantni jedni prema drugima. Takvi podaci su vrlo bitni jer mogu ukazivati na važne promjene koje se odvijaju u društvu, te predstavljati polazište iz kojeg se mogu predviđati, ali i sprječavati neželjeni događaji.

S obzirom da je turizam prisutan u cijelom svijetu, ključnu ulogu ima komunikacija i odnos među različitim kulturama. Naime, nužno je uspostaviti kvalitetnu komunikaciju između pružatelja usluga turizma i turista. Važno je prihvaćanje i uvažavanje različitosti kultura, pristupanje turistima bez stereotipa i pružanje informacija o turističkoj destinaciji. Najvažniju ulogu ima poznavanje stranih jezika te poznavanje i vrednovanje vlastite kulture. Interkulturni dijalog predstavlja korak prema miru, kao središnja vrijednost za kolektivnu strategiju opstanka, umjesto opcije nasilja. Od svih djelatnika u turizmu se stoga s pravom očekuje da znaju načela i vrijednosti međukulturnih odnosa, da posjeduju interkulturalne vještine, uključujući osjetljivost i otvorenost, da analiziraju i preispituju vlastite stavove i odbace one koji su posljedica utjecaja različitih prepreka i stereotipa, kao i da budu spremni unaprjeđivati svoje kompetencije, kojima se osigurava stabilnost kulturno složenih zajednica. Turisti putuju kako bi odbacili vlastite predrasude, a svoja neznanja pretvaraju u znanja u kontaktu s drugim zajednicama i kulturama.

LITERATURA

Knjige:

- **Abercrombie, N. Hill, N. i Turner Bryans, S.** (2008), *Rječnik sociologije*, Zagreb, Naklada Jesenski i Turk
- **Gržinić, J.** (2014), *Međunarodni turizam*, Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet ekonomije i turizma "Dr. Mijo Mirković", Pula
- **Havelka, N., Kuzmanović, B. i Popadić, D.** (1993), *Metode i tehnike socijalno psiholoških istraživanja*, Beograd, Filozofski fakultet
- **Katunarić, V.** (2013), *Rajska zajednica i društveni pakao – sociološka razmatranja*, Zagreb, Nacionalna zajednica Crnogoraca Hrvatske i Disput
- **Kušen, E.** (2002), *Turistička atrakcijska osnova*, Institut za turizam, Zagreb
- **Mansfeld, Y, Pizam, A.** (2006), *Towards a Theory of Tourism Security*, in: *Tourism, Safety & Security, From Theory to Practice*, eds. Mansfeld, Y, Pizam, A., Elsevier Inc., Oxford
- **Pennington, D.** (1997), *Osnove socijalne psihologije*, Slap, Jastrebarsko
- **Perotti, A.** (1995), *Pledoaje za interkulturalni odgoj i obrazovanje*, Zagreb, Educa
- **Petz, B.** (1992), *Psihologijski rječnik*, Zagreb, Prosvjeta
- **Piršl, E.** (2007), *Interkulturalna osjetljivost kao dio pedagoške kompetencije*, u: Previšić, V. i dr. (ur), *Pedagogija prema cjeloživotnom obrazovanju društva znanja*, Zagreb, Hrvatsko pedagoško društvo
- **Puhalo, S.** (2009), *Etnička distanca i (auto)stereotipi Bosne i Hercegovine*, Sarajevo, Friedrich Ebert Stiftung,
- **Rudan, E.** (2011), *Menadžment u funkciji razvoja kulturnog turizma destinacije*: doktorska disertacija, Opatija: Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu.
- **Sablić, M.** (2014), *Interkulturalizam u nastavi*, Zagreb, Naklada Ljevak
- **Tatalović, S.** (2010), *Globalna sigurnost i etnički sukobi*, Zagreb, Politička kultura

Časopisi:

- **Bedeković, V.**, „Pedagoške implikacije obrazovanja turističkih kadrova za interkulturalne odnose,“ *Hrvatsko znanstveno stručni skup o menadžmetnu u turizmu*, vol. 1, no. 1., 2010., str. 194.-199.
- **Clemente, P.** „Toscana, un turismo senza cultura,“ *Turismatica: Turismo, cultura, nuove imprenditorialita e globalizzazione dei mercati*, Franco Agnelli, Milano, 1997, str. 141.-154.
- **Jagić, S.**, „Imanenentnost interkulturalizma u turizmu,“ *Sociologija sela*, 42, 1, 2004., str. 195.-218.
- **Jelinčić, D. A.**, „Turizam vs. Identitet: globalizacija i tradicija,“ *Etnološka istraživanja*, broj 1, 2007, str. 161-207.
- **MacCannell, D.** „Reconstructed Ethnicity: Tourism and Cultural Identity in Third World Communities,“ *Annals of Tourism Research* 11, 1984, str. 375.-391.
- Nikić, M. „*Intrapsihički i interpersonalni konflikti, Dijagnoza i terapija*“. *Odnov. život* 1, 2012, str. 59-75.
- **Pilić, Š.**, „Socijalna i/ili entička distanca u Pokrčju,“ *God. Titius*, vol. 6-7, no. 6-7, 2013. i 2014, str. 529.-554.
- **Richards, G.** „Production and Consumption of European Cultural Tourism,“ *Annals of Tourism Research*, vol 23 br.2, 1996, str. 261.-283.

Diplomski rad:

- **Kosanović, D.** „Nacionalni identitet i socijalna distanca studenata hrvatske, bošnjačke i srpske nacionalnosti“, Diplomski rad. Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet.

Internet:

- <http://www.mint.hr/default.aspx?id=16940>, 3.09.2016.
- <http://hrturizam.hr/poznajeli-lokalno-stanovnistvo-svoju-turisticku-ponudu/>, 3.09.2016.
- file:///C:/Users/asus/Downloads/02_banovac_boneta_revsoc_1_2_2006.pdf, 3.09.2016.

SAŽETAK

Etnička distanca je mjera razumijevanja socijalnih odnosa koji se javljaju u različitim socijalnim uvjetima i situacijama. Međukulturalnost u obrazovanju turističkog kadra čini mlade svjesnim svoje nacionalne samobitnosti, ali ih čini i tolerantnim prema različitostima. Kao takva međukulturalnost u turizmu razvija nove oblike ponašanja koji se odnose na promjene u svijesti i stavovima članova društva. Odnosi između lokalnog stanovništva te utjecaj istog na osjećaj vrijednosti turista kada se odluče za boravak u turističkoj destinaciji veoma je bitan. Odgoj i obrazovanje turističkog kadra za interkulturalnu kompetenciju se temelje na svijesti o povezanosti prirodnog i ljudskog svijeta, te razvoju odgovornosti pojedinca, potrebno je usvajanje znanja i vještina o promicanju dostojanstva osoba i demokratskog društva.

Ključne riječi: etnička distanca, međukulturalni odnosi, komunikacija

ABSTRACT

Ethnic distance is a measure of understanding of social relations that occur in different social conditions and situations. Interculturality in education tourism staff makes young people aware of their national identity, but makes them tolerant towards diversity. As such interculturality in tourism is developing new forms of behavior that are related to changes in awareness and attitudes of members of society. Relations between the local population and the impact of same on the sense of value when tourists choose to stay in the tourist destination is very important. Education tourism staff for intercultural competence based on the awareness of the connection between culture and nature, and the development of individual responsibility, it is necessary to acquire knowledge and skills on the promotion of the dignity of the person and democratic society.

Keywords: ethnic distance, inter-cultural relations, communications