



TURISTIČKO VOĐENJE

Godina: III
Semestar: letnji
Časova nedeljno:
2+1/3+3
ESPb: 5 M1
ESPb: 7 M3



Beograd

Profesor:
dr Marija Najdić

WHAT IS CULTURE?



10. Kulturološki aspekti u turizmu

Pretpostavke 1950 – 2001

- **Genetički determinizam**

ljudsko ponašanje je u potpunosti određeno našim genima

- **Ekonomski determinizam**

Čovek je ekonomska, privredna životinja (*economic animal*); ekonomske mere oblikuju ponašanje (liberalizam, marksizam itd)

- **Internet ujedinjuje kulture**
- **Religijski uticaj se smanjuje**



Kultura - činjenice

Genetički determinizam pobijen
2001!

–istraživanja su pokazala kako svi ljudi
dele 99,9% gena;

- **Uticaj religije je sve VEĆI!**
- Internet ujedinjuje i razdvaja





**Nacionalna kultura i
ponašanje**



Kulturne razlike

- ***Neverbalna komunikacija*** je jedan od osnovnih načina sporazumevanja. Ona je jednostavna i direktna. Čak i ukoliko ne govorimo istim jezikom pomoću neverbalne komunikacije imamo dosta šansi da se razumemo.
 - Stisak ruke, pogled, pristojna udaljenost i dodir su podkategorije neverbalne komunikacije.
-

Neki temeljni obrasci kulturalnih razlika

1. Različiti **stilovi komunikacije**
 2. Različiti **stavovi prema sukobima**
 3. Različiti **pristupi izvršenju zadataka**
 4. Različiti **stilovi donošenja odluka**
 5. Različiti **stavovi prema otvaranju drugima**
 6. Različiti **pristupi znanju**
 7. Različiti **jezik i komunikacija**
 8. Različiti **odnos prema menadžmentu**
 9. Različiti **ljudski odnosi na poslu**
 10. Različiti **stilovi rada**
-

POJAM NACIONALNE KULTURE

..skup pretpostavki, verovanja i vrednosti koje dele pripadnici jedne nacionalne zajednice i koji bitno određuju njihovo razumevanje sveta kao i ponašanje u njemu;

(Janićijević, 1997).

«**mentalno programiranje**: obrazac mišljenja, osećanja i delovanja koje svaka osoba stekne u detinjstvu i zatim primenjuje kroz čitav život»

(Hofstede, 2001.)

DIMENZIJE NACIONALNIH KULTURA - HOFSTEDE

Distanca moći

Izbegavanje neizvesnosti

Individualizam-kolektivizam

"Muške" - "ženske" vrednosti

*Dugoročna – kratkoročna perspektiva



„Psihičke osobine Južnih Slovena“

- **J. Cvijić** je otkrio nekoliko „etnopsihičkih profila“ – najčešćih karakteristika ličnosti Južnih Slovena.
 - U najkraćem opisu, njih odlikuju **idealizam, osećajnost, saosećanje, bogata mašta i sklonost oduševljavanju i zanosu.**
 - Podelu je izvršio tako što je posmatrao uticaj vere, istorije, zanimanja, geografskog položaja itd. na psihologiju i formiranje karakterističnih crta ličnosti pomenutih segmenata.
-

Uticaj nacionalne pripadnosti grupe



Uticaj nacionalne pripadnosti grupe

- Nesumnjiv je uticaj pripadnosti turista određenoj društvenoj grupi i kulturi.
 - Nacionalnost i stila života su determinante turističkog ponašanja.
 - Individualistička i kolektivistička društva.
 - Potvrđene su razlike između turista pojedinih nacionalnosti: 1984, Japanci, Australijanci, Britanci, Nemci i Francuzi – različit pogled na putovanje i faktori odluke o destinaciji.
-

Amerikanci

- Zajedničko za SAD, Kanadu i Australiju (u manjoj meri i Veliku Britaniju).
 - Dominantna odlika strogi individualizam. Individualno postignuće predstavlja vrhunac uspeha. Sopstveni interes iznad brige o drugima.
 - Stav da su ljudi rođeni jednaki i svako može da se samoostvari ukoliko se potrudi.
-

Amerikanci

- Zastupljene vrednosti su više „muške“ nego „ženske“ i usmerene su na ispoljavanje ekonomskog statusa (konzumerizam), manje na emocije.
 - Amerikanci samopouzdana, impulsivni, idealistički nastrojeni i sebični. Uživaju da iznose žalbe na nezadovoljavajuće proizvode i usluge, smatrajući da je to njihova dužnost.
-

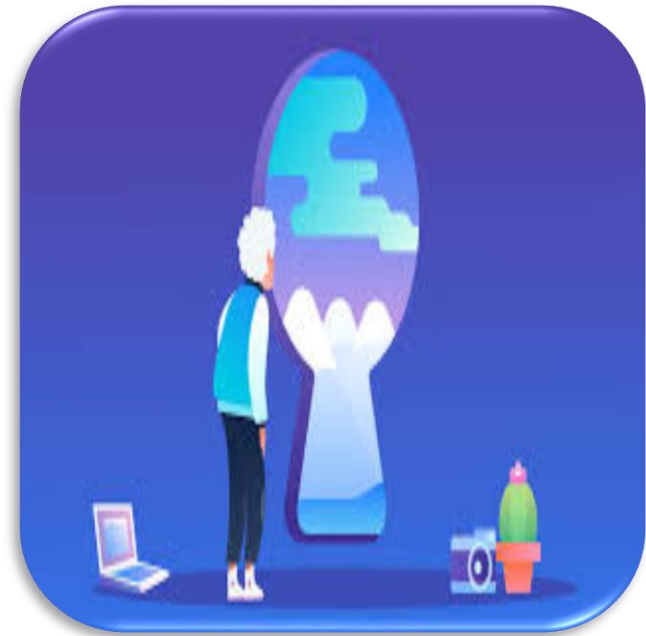
Skandinavci

- Norveška, Švedska, Danska i Finska.
- Visok nivo individualizma, ali manje nego kod Amerikanaca. Velika sličnost u stilu komunikacije: naglašeno direktna verbalna interakciju.
- Javno komuniciranje često u vidu sučeljavanja mišljenja.



Skandinavci

- Skandinavci vide jednakost više u smislu individualne slobode nego kao iste mogućnosti za sve.
- Glavna razlika je u pretežno „ženskoj“ prirodi vrednosti: motivaciju pojedinaca više podstiču humani odnosi, a briga o drugima i zaštita slabijih više se ceni od lične pobede i uspeha.



Azijati

- Kolektivizam: grupa je važnija od pojedinca. Kod ovih nacija (Kina, Japan, Hong Kong, Korea i Filipini), pokretač je potreba za očuvanjem harmonije.
- Azijati su konformisti, oprezni u reakciji na nejasne i nesigurne situacije i kontrolišu emocije.
- Ne žele da privlače pažnju na sebe, ne vole da se ističu u „gomili“.



Azijati

- Kineski potrošači su spremni da grešku kod usluge pripišu sudbini.
- Lični prestiž u svom okruženju je veoma važan.
- Distanca između pojedinih socijalnih grupa je izrazito velika, ali se to smatra normalnim. Svako zna i prihvata svoje mesto u društvu.



Latini

- Portugalija, Španija, Grčka, Meksiko i Venecuela.
- Osnovna razlika: odnos prema vremenu i načinu komuniciranja.
- Ljudi često rade više stvari istovremeno, tačnost se smatra lepom osobinom ali ne i neophodnom.
- Latinske kulture su kolektivističke i uvažavaju društvene razlike.



Latini

- Grupne potrebe su iznad pojedinačnih, porodica je važnija od karijere. Čulno uživanje u hrani, zabavi ili druženju je izrazito.
- Komunikacija je više intuitivna i vizuelna (*Body language*), nego što je to slučaj sa individualističkim kulturama.
- Neverbalni oblici komunikacije veoma su zastupljeni.

