

Stavovi zaposlenika hotela Admiral o multikulturalizmu

Kelić, Marija

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:696899>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-14**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij

MARIJA KELIĆ

Stavovi zaposlenika hotela Admiral o multikulturalizmu
Attitudes of Admiral Hotel employees about multiculturalism

DIPLOMSKI RAD

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Diplomski sveučilišni studij
Održivi razvoj

Stavovi zaposlenika hotela Admiral o multikulturalizmu
Attitudes of Admiral Hotel employees about multiculturalism

Diplomski rad

Kolegij:	Poslovna etika i kultura	Student:	Marija KELIĆ
Mentor:	dr. sc. Marija IVANIŠ, izv.prof.	Matični broj:	3838/22

Opatija, 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJEKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Marija Kelić

(ime i prezime studenta)

3838/22

(matični broj studenta)

Stavovi zaposlenika hotela Admiral o multikulturalizmu

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, srpanj 2024.

Marija Kelić

SAŽETAK

Multikulturalizam promiče živopisnu kulturnu osviještenost, što dovodi do umjetničkog i društvenog bogatstva, stoga multikulturalna društva često imaju pristup širem rasponu međunarodnih iskustava. Unatoč tome, on sa sobom donosi i razne kritike i predrasude, posebice danas u suvremenom svijetu. Glavna svrha multikulturalizma je da se ljudi iz različitih kultura i podrijetla okupljaju kako bi formirali društvo u kojem se svatko osjeća cijenjenim i poštovanim zbog svog osobnog identiteta, stoga se ono može odvijati na nacionalnoj razini ili unutar nacionalnih zajednica. Kontakt s drugim kulturama kojeg turisti ostvaruju poboljšava komunikacijske vještine, povećava neovisnost i pojačava toleranciju i međukulturalne vještine, čime se istovremeno razvija kulturno relativistički način razmišljanja, a turistima se omogućuje da postanu kulturno obogaćeni i tolerantniji. Društvo koje se sastoji od ljudi različitih religija, jezika, rasa i etničkog podrijetla izvrstan je primjer kulturne raznolikosti, pa se temeljem toga razni modeli kulture mogu pronaći u ugostiteljskom sektoru, ponajprije u hotelijerstvu. Upravo su se na primjeru konkretnog hotela, Admiral u Zagrebu, istraživali stavovi zaposlenika hotela o multikulturalizmu i o gostima s kulturološkim razlikama te je istaknuti nekoliko primjera kulturne raznolikosti u turizmu i ugostiteljstvu, s naglaskom na promicanje važnosti multikulturalnih gostiju na primjeru hotela Admiral. Empirijsko istraživanje provedeno je primjenom metode ispitivanja temeljenoj na anketnom upitniku, a utvrđeno je kako se zaposlenici hotela Admiral svakodnevno susreću s multikulturalnim gostima te prema svima postupaju jednako, naglašavajući važnost uzajamnog razumjevanja i pravilne komunikacije, ali i većoj potrebi za internoj edukacijom o multikulturalizmu.

Ključne riječi: multikulturalizam; kulturološke razlike; interkulturalnost u turizmu; hotel Admiral

SADRŽAJ:

SAŽETAK	IV
1. UVOD.....	1
1.1. Problem, predmet istraživanja i objekti istraživanja.....	1
1.2. Svrha, ciljevi i znanstvene metode istraživanja	1
1.3. Ocjena dodataka istraživanja	2
1.4. Znanstvena i pomoćne hipoteze.....	3
1.5. Struktura rada.....	4
2. MULTIKULTURALIZAM I POLITIKA IDENTITETA	6
2.1. Sociološki aspekti i teorije multikulturalnosti	8
2.2. Karakteristike multikulturalnosti	13
2.3. Kritike i predrasude multikulturalizma kao nove paradigme 21. stoljeća	16
3. MULTIKULTURNA DRUŠTVA I TURIZAM	20
3.1. Interkulturalnost u turističkom sektoru.....	21
3.2. Modeli kulturne raznolikosti u ugostiteljstvu	24
3.3. Primjeri iz prakse multikulturalnosti u turizmu i hotelijerstvu.....	26
4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE – STAVOVI ZAPOSLENIKA HOTELA ADMIRAL O MULTIKULTURALIZMU.....	31
4.1. Vrsta istraživanja i podataka.....	31
4.1.1. Kadrovi Admiral hotela.....	32
4.1.2. Istraživačka pitanja i ciljevi istraživanja	32
4.1.3. Područje istraživanja	33
4.2. Ciljani uzorak istraživanja	33
4.2.1. Mjerni instrumenti.....	34
4.2.2. Metode statističke analize	34
4.3. Valjanost i pouzdanost istraživanja	34
4.4. Interpretacija rezultata istraživanja	35
5. ZAKLJUČAK.....	49
6. LITERATURA	51
POPIS GRAFIKONA, SHEMA I TABLICA	55

1. UVOD

Budući da se turizam konceptualizira kao zasebna aktivnost i kao oblik potrošnje u kontekstu lokalnih i globalnih promjena, ne smatra se samo kao posjećivanje novih mjesta, fotografiranje i prelazak na sljedeću destinaciju. Turist posjećuje lokalnu kulturu odabrane destinacije i time stječe novi pogled na život i razvija dublje razumijevanje za kulturnu raznolikost. Upravo zato se turizam doživljava kao stvaranje kulturnog doživljaja, trajnih uspomena i povezivanja sa svijetom na smisleniji način. Turizam i ugostiteljstvo su u konstantnoj poveznici, a još jedan pojam koji ih veže je multikulturalizam. Mnogi djelatnici u turizmu kada rade s ljudima iz različitih kulturnih sredina, svi ostvaruju na neki način profesionalnu korist. Multikulturalizam pruža mogućnost učenja iz različitih tradicija, običaja i načina razmišljanja, poboljšavajući kvalitetu usluga i pružajući autentičnija iskustva gostima, stoga je bitno naglasiti njegovu ulogu i važnost u turističkom sektoru.

1.1. Problem, predmet istraživanja i objekti istraživanja

Problematika istraživanja je nedovoljna istraženost obilježja multikulturalizma koje utječu na cijelu društvenu zajednicu, posebice s naglaskom na njegove kritike i predrasude. Mnoge osobe ostvaruju čak i mržnju prema ljudima drukčije rase, religije, boje kože i vjere. One se najčešće temelje na društvenim stereotipima i vode ka ukidanju ljudskih prava. Temeljem toga je bitno naglasiti kako bi svaka multikulturalna zajednica trebala imati različite oblike priznanja i osigurati vrijedna dobra koja joj ravnopravno pružaju kulturno članstvo, a cilj je izbjeći nepravedno privilegiranje dominantnih skupina. Predmet istraživanja je istražiti razne modele multikulturalizma u turizmu i ugostiteljstvu, s naglaskom na ideje i teorije, promatrane kroz povijesni razvoj pojma.

Objekti istraživanja su: multikulturalizam, kulturološke razlike, interkulturalnost u turizmu i hotel Admiral.

1.2. Svrha, ciljevi i znanstvene metode istraživanja

Svrha istraživanja je objasniti kako su zapravo društva dugo bila multikulturalna, stoga je korištenje multikulturalizma kao termina u sociološkom, društvenom i političkom diskursu, relativno nova pojava. Tu se stoga mogu identificirati razni diskursi i vrste multikulturalizma kao

koegzistencije u istom društvu, što se može promatrati s etničkog, jezičnog i nacionalnog gledišta. Cilj istraživanja je istaknuti nekoliko primjera kulturne raznolikosti u turizmu i ugostiteljstvu, s naglaskom na promicanje važnosti multikulturalnih gostiju na primjeru hotela Admiral, te time poboljšati njihov odmor, ali i uvjete svih zaposlenika koji su uključeni u taj cijeli proces.

Metodologija koja se koristila u izradi ovog diplomskog rada, ponajviše se odnosila na kvalitativne i kvantitativne metode kojima se došlo do konačnih zaključaka: induktivne i deduktivne metode, statističke metode, komparacije i deskripcije te metoda ispitivanja temeljem anketnog upitnika. Osim navedenog, korišteni su i alati deskriptivne statistike u analizi podataka te relevantna i dostupna literatura koja je uključivala knjige, stručne i znanstvene radove, ostale publikacije i Internet portale.

1.3. Ocjena dodadašnjih istraživanja

Prethodna istraživanja ispituju odnos između turizma i multikulturalizma te je utvrđeno da interkulturalne razmjene, globalizacija i migracije mijenjaju mjesta. Također, svaka turistička destinacija je po sebi specifična i ima jedinstvenu kulturu, jezik, tradiciju, običaje, gastronomiju i identitet. Turizam i multikulturalizam su blisko povezani i imaju koristi jedni od drugih jer se različitim oblicima izražava kultura koja djeluje kao turističke atrakcije, događaji, manifestacije i ostali turistički proizvodi. Iz navedenog proizlazi da je multikulturalizam resurs za turizam koji pruža izvor privlačnosti za turizam i daje mu dodatnu vrijednost. Ipak, tu se mogu pronaći i poneke prepreke i izazovi, posebice u pitanju odnosa turističkih djelatnika s multikulturalnim turistima.

Na temelju dostupne literature, mnogi autori su istaknuli studije povezane s multikulturalizmom i turizmom, koje su usmjerene na razumijevanje različitih kultura, poštovanje i susretljivost u destinaciji, u restoranu ili u hotelu, i što je najvažnije, mogućnost stvaranja smislenih veza nakon završetka samog boravka i putovanja.

Josefová i Štýrský ističu kako „turizam spada u atraktivna područja studija te zahtijeva teorijska i praktična znanja, jezične i psihološke vještine te snalaženje u geografskom, kulturnom i povijesnom kontekstu“ (2016: 2). Također ističu kako je „potrebno znati osjetiti sve oblike različitosti i različitosti vrijednosti u susretu s različitim kulturama te je značajna i interkulturalna komunikacija, stoga se se uzeti u obzir i modelne situacije u turizmu i metodologija njihovog rješavanja, uključujući multikulturalne barijere“ (Josefová i Štýrský, 2016: 2). Uz navedeno,

multikulturalizam zahtijeva međusobno poštovanje i prihvaćanje. Glavni izazov je spojiti različite kulture, temeljene na dugim povijesnim tradicijama.

Bacsi ističe da je „itanje multikulturalnih društava u posljednje vrijeme postalo osjetljivo pitanje te globalna masovna migracija u bogatije zemlje svijeta postavlja problem etnički sve različitih populacija u tim zemljama“ (2017: 26). Multikulturalnost je „često atrakcija za turizam, nudeći općenito autentično iskustvo za posjetitelje različitog podrijetla, a osim toga, etnički ili jezično raznoliko stanovništvo također može pružiti jezično vještiju radnu snagu, koja je osjetljivija na potrebe posjetitelja koji dolaze iz različitih kultura, te stvoriti ugodnije okruženje za njih (Bacsi 2017: 26). Nastali sukobi i poteškoće mogu uplašiti turiste i dovesti do slabijeg učinka turističkog sektora u vrlo heterogenim zemljama.

Multikulturalizam je „postojanje mnogo različitih kulturnih skupina u jednoj naciji, stoga je razumijevanje i vrednovanje ovih razlika ključno jer promiče razvoj snažnog društva“ (Jayanti i sur., 2023: 2650). Studija se usredotočuje na multikulturalizam na Baliu, posebno na to kako se „prakse bogoslužja i povijesna pozadina mogu izgraditi tako da se može izgraditi društvena kohezija, a međuetničke interakcije, kao i vjerovanja, mogu ići zajedno, a da ne potiru jedno drugo, pa čak i dovesti do mirovnih misija kroz turizam“ (Jayanti i sur., 2023: 2650).

Pratiwi ističe kulturnu robu kao dio turizma, a s obzirom da su prošlost i njezina značenja u konačnici neopipljiva, definicija baštine je diskutabilna budući da je neprestano oblikuju, oblikuju, tumače, kupuju i prodaju skupine s različitim interesima“ (2011: 51). Mjesta imaju značenja koja su „stvorena za potrošnju od strane pojedinaca u zajednicama te upravo u konzumiranju značenja mjesta, pojedinac je povijesno i neposredno povezan s materijalnim i društvenim svjetovima u koje je ugrađen pa turisti konzumiraju baštinu kako bi stvorili osjećaj pripadnosti, jer izum baštine može osnažiti ljude i njihove zajednice oblikovanjem osjećaja identiteta“ (Pratiwi. 2011: 51). Ovaj proces stvaranja identiteta oslanja se na tumačenje specifičnih mjesta baštine ili materijalne kulture, tumačenja kojima se manipulira za određene ciljeve.

1.4. Znanstvena i pomoćne hipoteze

Razmatranjem osnovnih pojmova kao što su multikulturalizam i interkulturalnost u turističkom sektoru, uz naglasak na različite primjere iz prakse multikulturalnosti u turizmu i hotelijerstvu, dizajnirana je jedna temeljna hipoteza i tri pomoćne hipoteze:

T.H.: Multikulturizam u turizmu stvara pozitivnije radno okruženje, povećava zadovoljstvo poslom, uključuje različite procese u donošenju odluka, potiče kreativne ideje i pomaže zaposelnicima da bolje razumiju potrebe gosta

- *P.H.1: Glavna svrha multikulturalizma je da se ljudi iz različitih kultura i podrijetla okupljaju kako bi formirali društvo u kojem se svatko osjeća cijenjenim i poštovanim*
- *P.H.2: Uz multikulturalno radno mjesto, turistički djelatnici mogu naučiti učinkovitije komunicirati s gostima, što može pozitivno koristiti timskom radu, smanjujući nesporazume i stvarajući skladnije radno okruženje*
- *P.H.3: Radeći s ljudima iz različitih kulturnih sredina, svi zaposlenici hotela Admiral ostvaruju profesionalnu korist, poboljšavajući kvalitetu hotelskih usluga, uz veću potrebu za edukacijom o multikulturalizmu*

Prva hipoteza je temeljna znanstvena hipoteza koja se odnosi na sadržaj cijelog diplomskog rada, dok se ostale tri pomoćne hipoteze odnose zasebno za svako poglavlje u radu. Pomoćna hipoteza 3. se odnosi na empirijsko istraživanje.

Postavljenim hipotezama se nastoji dokazati kako je danas u hotelima potpuno normalno vidjeti stranca, gosta drukčije vjeroispovijesti, rase, nacionalnosti i boje kože, te svaki zaposlenik u hotelu to mora prihvatiti te je prvi korak prema kulturnoj osjetljivosti prepoznavanje različitosti među gostima, bilo da se radi o konobaru u restoranu, recepcionaru, sobarici ili menadžeru odjela. Bez obzira dolazi li iz različitih zemalja, regija ili etničkog podrijetla, svaki gost unosi jedinstvenu perspektivu u svoj boravak u hotelu. Priznavanje i slavljenje ove raznolikosti temelj je kulturne osjetljivosti. Također se nastoji dokazati kako kulturna osjetljivost nije samo vrlina da bi se zaposlenik istaknuo u ovom dinamičnom krajoliku, već različitost predstavlja put za odličnu komunikaciju s gostima, poboljšavajući time njihov boravak i pružajući mu jedinstveno iskustvo. Istražujući značaj multikulturalnosti u hotelu u osiguravanju različitog zadovoljstva gostiju, hipoteze nastoje dokazati kako komunikacija s gostima predstavlja imperativ u rješavanju mogućih sporova i problema, što direktno može poboljšati iskustvo gostoprimstva.

1.5. Struktura rada

S ciljem analiziranja teorijskog okvira multikulturalizma, karakteristika i socioloških aspekta pojma te razmatranja interkulturalizma u turizmu i ugostiteljstvu, ovaj diplomski rad je podijeljen

na pet glavnih poglavlja. Nakon konciznog sažetka na hrvatskom jeziku koji je poslužio kao kratki pregled problematike, slijedi prvi, uvodni dio u kojemu će se prikazati problem i predmet rada, svrha i cilj istraživanja, ocjena dosadašnjih istraživanja, metodologija istraživanja te struktura rada. Drugo poglavlje će dati teorijski pregled tematike te će se definirati fenomen multikulturalizma, njegova obilježja i teorije, te na kraju pojasniti kritike i predrasude multikulturalizma. Treće poglavlje se dotiče same tematike diplomskog rada te se opisuje kako su multikulturalizam i turizam povezani. Opisuju se kulturološke razlike u turizmu s aspekta turista, ali i turističkih djelatnika te se navode poneki primjeri iz prakse multikulturalnosti u turističkom sektoru. Četvrto poglavlje obuhvaća empirijsko istraživanje o stavovima zaposlenika hotela Admiral u Zagrebu o multikulturalizmu, dok će se u petom zadnjem poglavlju navesti zaključne misli o cjelokupnoj problematici istraživanja diplomskog rada. Nakon zaključka će se iznijeti popis korištene literature i popis ilustracija.

2. MULTIKULTURALIZAM I POLITIKA IDENTITETA

Multirasnost, pluralizam, etnička uključenost i etnički mozaik, sve su to sinonimi za multikulturalizam koji opisuje način na koji se određeno društvo nosi s kulturnom raznolikošću, posebice sa stajališta sociologije.

Multikulturalizam smatra da „stajališta kulture, rase i etničke pripadnosti, posebice one manjinskih skupina, zaslužuju posebno priznanje svojih razlika unutar dominantne političke kulture“ (Encyclopædia Britannica, www.britannica.com/topic/multiculturalism). To priznanje može biti u obliku „priznanja doprinosa kulturnom životu političke zajednice u cjelini, zahtjeva za posebnom zakonskom zaštitom za određene kulturne skupine ili autonomnih prava upravljanja za određene kulture“ (Encyclopædia Britannica, www.britannica.com/topic/multiculturalism). Multikulturalizam je i odgovor na „činjenicu kulturnog pluralizma u modernim demokracijama i način nadoknade kulturnim skupinama za prošlu isključenost, diskriminaciju i potlačenost“ (Encyclopædia Britannica, www.britannica.com/topic/multiculturalism). Multikulturalizam traži „uključivanje pogleda i doprinosa različitih članova društva uz zadržavanje poštovanja prema njihovim razlikama i uzdržavanje zahtjeva za njihovom asimilacijom u dominantnu kulturu“ (Encyclopædia Britannica, www.britannica.com/topic/multiculturalism). Izraz multikulturalizam nije korišten samo za opisivanje kulturno raznolikog društva, već i za označavanje neke vrste politike koja ima za cilj zaštitu kulturne raznolikosti.

Song navodi kako „ideja multikulturalizma u političkoj filozofiji odražava raspravu o tome kako razumjeti i odgovoriti na izazove povezane s kulturnom raznolikošću temeljenom na etničkim, nacionalnim i vjerskim razlikama“ (2010.). Iako je pojam počeo obuhvaćati niz normativnih zahtjeva i ciljeva, „pošteno je reći da zagovornici multikulturalizma nalaze zajednički jezik u odbacivanju ideala *lonca za taljenje* u kojem se od pripadnika manjinskih skupina očekuje da se asimiliraju u dominantne kulture“ (Song, 2010). Umjesto toga, „zagovornici multikulturalizma podržavaju ideal u kojem pripadnici manjinskih skupina mogu zadržati svoje osebujne kolektivne identitete i prakse“ (Song, 2010). U slučaju imigranata, zagovornici „naglašavaju da je multikulturalizam kompatibilan s integracijom imigranata u društvo, a ne protiv nje, što znači da politika multikulturalizma pruža pravednije uvjete integracije za useljenike“ (Song, 2010). Također, multikulturalizam kao pojam donosi sa sobom i određena „opravdanja“ (Tablica 1.).

Tablica 1. Opravdanja multikulturalizma

OPRAVDANJE	KARAKTERISTIKE I OPIS
PREPOZNAVANJE	<ul style="list-style-type: none"> • Proizlazi iz komunitarističke kritike liberalizma • Liberali su skloni biti etički individualisti, inzistiraju na tome da pojedinci trebaju biti slobodni birati i slijediti vlastite predodžbe o dobrom životu • Komunitaristi odbacuju ideju da je pojedinac ispred zajednice i da se vrijednost društvenih dobara može svesti na njihov doprinos blagostanju pojedinaca
JEDNAKOST	<ul style="list-style-type: none"> • Kulture služe kao konteksti izbora, koji pružaju smislene opcije i skripte pomoću kojih ljudi mogu oblikovati, revidirati i slijediti svoje ciljeve • Ne mora se osigurati samo članstvo u bilo kojoj kulturi, već vlastita kultura kako bi kulturno članstvo služilo kao smislen kontekst izbora i osnova samopoštovanja • Zahtjev za pravednijim uvjetima integracije u šire društvo kroz odobravanje izuzeća i prilagodbe
SLOBODA OD DOMINACIJE	<ul style="list-style-type: none"> • Niz iz argumenata za multikulturalizam počiva na vrijednosti slobode • Pojedinci su podložni dominaciji u onoj mjeri u kojoj su ovisni o drugoj osobi ili skupini koja može proizvoljno vršiti moć nad njima
RIJEŠAVANJE POVIJESNE NEPRAVDE	<ul style="list-style-type: none"> • Važno je suočavanje s povijesnom nepravdom i slušanja samih manjinskih skupina • Naglašava se ažnost razumijevanja domorodačkih zahtjeva u odnosu na povijesnu pozadinu uskraćivanja jednakog suverenog statusa domorodačkih skupina, oduzimanja njihove zemlje i uništavanja njihovih kulturnih običaja

Izvor: izrada autorice prema Song, S. (2010). *Multiculturalism*, preuzeto s: <https://plato.stanford.edu/entries/multiculturalism/> (22.3.2024.)

Modood ističe kako je „multikulturalizam ideja da se jednakost u kontekstu *različitosti* ne može postići individualnim pravima ili jednakošću kao istovjetnošću, već se mora proširiti na pozitivno uključivanje marginaliziranih skupina obilježenih rasom i vlastitim osjećajem etnokulturnih identiteta“ (2020: 309). Multikulturalizam, stoga „izrasta iz početne predanosti rasnoj jednakosti, uklanjanju diskriminacije bijelaca protiv nebijelaca, u perspektivu koja omogućuje manjinama da se javno suprotstave negativnoj slici o sebi u korist pozitivnog samodefiniranja i institucionalne

prilagodbe“ (Modood, 2020: 309). Naglašavajući važnost poštivanja različitih identiteta, Modood također ističe da se „multikulturalizam može suprotstaviti politici asimilacije, ali ga treba shvatiti kao način integracije, što se ponekad naziva i građanskim nacionalnim identitetom“ (2020: 310). Neki pojedinci nemaju predrasude zbog kulturnog ili rasnog podrijetla ili nacionalnosti, stoga multimulturalizam zapravo priznaje i slavi kulturne razlike, te promiče posebnost etničkih manjina i ideal različitih kulturnih zajednica.

Oštarić, Blagoni i Poropat Jeletić ističu kako je kulturna raznolikost „odlika suvremenih društva, pa su multinacionalne, multikonfesionalne i multikulturalne države danas pravilo nego izuzetak, a tome značajno doprinose demografski i ekonomski razvoj, migracije, politički, intergracioni i globalizacijski procesi na početku 21. stoljeća“ (2018: 121). Pojam multikulturalizam, kao „jedan od glavnih diskursa za razumijevanje suvremenog svijeta, može označavati demografsko-deskriptivnu činjenicu u smislu postojanja etničke, vjerske, kulturne i jezične heterogenosti stanovništva u jednom društvu, ali i državnu politiku koja ima za cilj, s jedne strane stvaranje skladnih relacija između različitih etičkih zajednica, a s druge strane, definiranje odnosa između države i pripadnika nacionalnih manjina“ (Oštarić, Blagoni i Poropat Jeletić, 2018: 121). Multikulturalizam je „odgovor demokratske politike na etnokulturne raznolikosti, što je posljedica postojanja dvije ili više grupa u okviru pluralističkog društva čija vjerovanja i prakse dovode do različitih identiteta, a ujedno i uvjet da etničke, vjerske, jezične i kulturne grupe koegzistiraju unutar jedne države“ (Oštarić, Blagoni i Poropat Jeletić, 2018: 121). S obzirom da je utemeljen na priznavanju različitosti, može se zaključiti kako se multikulturalizam odnosi i na formalno prepoznavanje onih koji su definirani razlikama kroz različite diskurse i politike, te priznaju prava i potrebe manjinskih skupina unutar javnog područja.

2.1. Sociološki aspekti i teorije multikulturalnosti

Sociološki multikulturalizam zapravo pretpostavlja da društvo kao cjelina ima koristi od povećane raznolikosti kroz skladan suživot različitih kultura, stoga se i sam multikulturalizam tipično može razvijati prema nekoliko teorija.

Borovac Pečarević navodi kako se pojam multikulturalnosti „u enciklopedijskim rječnicima pojavljuje se 1970-ih godina i povezuje se s govorom kanadskog premijera P. Trudeaua u kojemu je problematizirao isključivu dominaciju engleskog i francuskog jezika i kulture u

kanadskom društvu, s obzirom na to da među useljenicima ima i pripadnika europskih i neeuropskih naroda“ (2014: 197). U Americi se taj pojam „javlja kasnije, potkraj 1980-ih godina i početkom 1990-ih godina i proizašao je iz pokreta za građanska prava koji su nastali dvadesetak godina prije njegova uvođenja kao rezultat protivljenja eurocentričnoj muškoj bjelačkoj kulturi koja je zanemarivala ulogu Afroamerikanaca, Indijanaca, etničkih manjina i žena u daljnjoj i bližoj prošlosti“ (Borovac Pečarević, 2014: 197). U Europi se pak, slično kao i Australiji i Kanadi, pojam multikulturalnosti „odnosi na modele javne politike usmjerene za useljenike, odnosno etnički različite skupine“ (Borovac Pečarević, 2014: 197). Zapravo se pokret crnačke svijesti u 60-im godinama prošlog stoljeća smatra kao preteča razvoja multikulturalizma kao teorijske pozicije.

Sršen i Bogeljić ističu kako su se „mnogi su se autori bavili tematikom multikulturalizma, stoga je važno razmotriti stajališta autora koji društvene procese uzimaju kao odgovorne za kulturnu pluralizaciju, a to su: Charles Taylor, Will Kymlicka, Bhikhu Parekh i Ulrich Beck“ (2014: 108). Charles Taylor razvio je „teoriju priznavanja te je jedan od rijetkih autora koji se bavi pojedincem unutar multikulturalne teorije, a kada je riječ o teoriji priznavanja, autor najprije kreće od povijesnih činjenica gdje je iz povijesno-filozofijske perspektive pokušao razjasniti genezu toga koncepta i ključne probleme koje on postavlja pred liberalnu teoriju društva“ (Sršen i Bogeljić, 2014: 108). Taylor primjećuje da se „pojam manjinske kulture koji koristi jedan od najistaknutijih zastupnika liberalnog multikulturalizma, dok Will Kymlicka ističe da se to odnosi na skupinu pojedinaca koja se u nekim osobinama razlikuje od većine stanovništva i koja je danas diskriminirana“ (Sršen i Bogeljić, 2014: 108). U raspravi o liberalnom multikulturalizmu Kymlicka „razlikuje političku i kulturnu zajednicu, te samim time navodi i dva različita načina inkorporiranja pojedinaca u liberalnu državu te razlikuje multinacionalne i polietničke države kao različite tipove multikulturalnosti“ (Sršen i Bogeljić, 2014: 108). Bhikhu Parekh kao zagovornik dijaloške, odnosno integralne teorije multikulturalizma u konačnici „zastupa tezu kako se o multikulturalnom društvu, kakvo je europsko, ne može teoretizirati unutar jednog teorijsko-ideološkog okvira, pa tako ni unutar liberalizma te se liberalizam prema definiciji sastoji od nekoliko kultura i svaka od njih svojim članovima uvjetuje distinktivan pogled na čovjeka i zajednicu kojoj pripadaju“ (Sršen i Bogeljić, 2014: 109). Snažno multikulturalno stajalište je u svaku ruku to da bi društvo trebalo poduzeti pozitivne mjere ne samo kako bi omogućilo takvim ljudima da sudjeluju kao punopravni članovi društva, već i bolje kako bi im omogućilo da zadrže svoj zasebni identitet i tradiciju.

Iako postoje brojne teorije, kao glavne pristupe za razumijevanje multikulturalizma, Borovac Pečarević navodi: „konzervativni, lijevo-liberalni, kritički i fluidni multikulturalizam“. (2014: 199). Svaka vrsta ima svoje nedostatke te tako „liberalni zaobilazi pitanje kompetencije etničkih skupina, lijevo-liberalni reificira i esencijalizira identitete, fluidni tretira etničke identitete kao da su stvar izbora, itd“ (Borovac Pečarević, 2014: 199). Will Kymlicka je „usredotočen na dvije vrste multikulturalizma: onaj koji nastaje iz nacionalnih i onaj koji nastaje iz etničkih raznolikosti, što je temelj liberalnog pristupa manjinskim pravima“ (Borovac Pečarević, 2014: 202). Grupno-specifična prava ne znači „primati zajednice nad pojedincem, već se prije temelje na ideji da pravednost među skupinama traži da se pripadnicima različitih skupina dodijele različita prava“ (Borovac Pečarević, 2014: 203).

Jelinčić, Gulišija i Bekić navode kako „ne postoji jedinstveno mišljenje ni slaganje oko značenja termina multikulturalizam te on podrazumijeva raznolikost kulturnih grupa i njihov miran suživot, već je njegova važnost u različitom shvaćanju pojma, kao programa, teorije i kao općeg poziva na dijalog“ (2010: 22). Od kasnih 1990-ih, „multikulturalizam postaje polazna točka političkih debata u kojima kritičari multikulturalizma ističu kako su useljeničke manjine ostale isključene i kako nema većeg pomaka u njihovu integriranju u društvo“ (Jelinčić, Gulišija i Bekić, 2010: 22). Kao način javne komunikacije razlikuje kulture, u različitim nacionalnim kontekstima multikulturalizam se predstavlja kao strategija upravljanja koja uvodi etnički pluralizam kako bi se suprotstavila postojećem društvenom i etničkom poretku.

Barry ističe kako su „u svakom društvu, razlike društveno priznate te je razlikovanje između muškaraca i žena svagdje temeljni blok društvene organizacije, a većina društava ima daleko razrađenija i diferenciranija očekivanja u pogledu ponašanja dvaju spolova nego što to imaju suvremena zapadna društva.“ (2006: 22). Nadalje, „svako društvo priznaje bračne i rodbinske odnose, te ulogama muža i žene, roditelja i djece pripisuje normativna očekivanja, te često regulira mnoge dodatne odnose unutar proširenih obitelji“ (Barry, 2006: 22). Samo postojanje različitosti je univerzalno, kao što je i njegovo društveno priznanje. Što se toga tiče, „suvremena zapadna društva nisu drugačija, a cijeli koncept životnog stila, kao nečega što se namjerno može usvojiti i što zahtijeva neku vrstu priznanja drugih, indikativan je za društvo u kojem se potrošačka etika proširila izvan samog tržišta“ (Barry, 2006: 22). S obzirom da kulturna raznolikost proizlazi iz postojanja skupina koje se na određeni način razlikuju od šire kulture,

etnička i kulturna zastupljenost u društvenom kontekstu, bilo na radnom mjestu, u politici ili na televiziji, je bitan čimbenik u stvaranju društva koje cijeni različitost.

Villotti, Stinglhamber i Desmette u svojoj raspravi su istaknuli da je „perspektiva raznolikosti, tj. asimilacija multikulturalizma, dovela do većih dobitaka te je još uvijek vrlo živa u znanstvenom polju, premda se većina studija usredotočuje na prethodnike, a ne na ishode pridržavanja jedne ili druge perspektive raznolikosti, a općenito su i multikulturalizam i asimilacija proučavani uglavnom s individualnog stajališta“ (2019: 246). Veliki broj istraživanja također pokazuje da je „multikulturalizam najprilagodljivija strategija akulturacije za migrante, odnosno radnike koji se smatraju nepovoljnijima s obzirom na zemlju porijekla i etničko podrijetlo, da se integriraju u novo društvo, međutim, iz perspektive većinskih skupina, multikulturalizam se može shvatiti kao prijetnja nacionalnom identitetu kada se prihvati na konkretan, a ne apstraktan način“ (Villotti, Stinglhamber i Desmette, 2019: 246). Villotti, Stinglhamber i Desmette pdvje dolaze i do pojma dvostrukog identiteta koji „se istraživao u različitim područjima psiholoških istraživanja, kao što su međugrupni odnosi i studije akulturacije, što otežava postizanje konsenzusa o njegovoj definiciji i mjeranju“ (2019: 246). Dvostruki identitet „dovodi do pozitivnog ishoda jer sprječava ugrožavanje grupnog identiteta osiguravajući potrebu manjina za posebnošću uz održavanje korisnih učinaka zajedničkog identiteta“ (Villotti, Stinglhamber i Desmette, 2019: 246). Na radnom mjestu pripadnici manjine i većine mogu biti svjesni da su dio različitih društvenih skupina: oni su istovremeno članovi kulturne skupine, tzv. grupni identitet) i članovi radne skupine, odnosno organizacijski identitet.

Magris ističe kako „pravilna zamisao pojma nacija je univerzalna vrijednost i ideja, odnosno ideja o osobitostima unutar kojih se sama ostvaruje, kao i mnoge druge, recimo kao čovječanstvo“ (2016: 121). Tu se dolazi do pojma identitet koji se opisuje kao „pluralitet heterogenih elemenata, odnosno to je proces koji se odvija svuda, ali kojega su posebno svjesni oni koji žive na područjima uz granicu, gdje mnogi patrioti otkrivaju svoju pripadnost i drugim nacionalnostima“ (Magris, 2016: 122). Domovinu ne treba nužno povezivati s nacijom jer su zapravo postojale i postoje „višenacionalne države koje jamče različitost u kojima pojedinci i različite zajednice same sebe prepoznaju i sebi pronalaze ugodno mjesto za život“ (Magris, 2016: 125). Tako i sami aspekt multikulturalizma utječe na nacionalni identitet jer naglašava grupnu različitost i raznolikost kroz jednu državu, ali u drugu ruku zajedništvo i jedinstvo.

Probleme identiteta i individualnosti Gunjević i Matvejević povezuju se obično s pravima i dužnostima pojedinaca i zajednice, građanina i društva te ističu kako su shvaćanja razlika i posebnosti „u izravnoj vezi s tekovima kulture i stupnju njezina razvoja, s poticajima koji rađaju i uvjetuju programe, ideje, ideologije, određuju i ustanovljuju vrijednosti“ (2010: 101). Razvijene civilizacije posjeduju i gaje višestruke i složene identitete, što „jednako vrijedi za pothvate koje one ostvaruju jer identiteti kulture, načini života, izrazi i stilovi, teško podnose neprimjerno svođenje bilo na općenitost ili jendoobraznost“ (Gunjević i Matvejević, 2010: 102). Općenito je vrlo teško uskladiti elemente koji određuju i oblikuju individualno i društveno biće, identificirati raznorodne posebnosti koje ga tvore i izražavaju.

Oštarić, Blagoni i Poropat Jeletić navode kako „se duga povijest oslanja na pojam etniviteta, njegovo stalno promišljanje i (re)kontekstualiziranje, koji su doveli do značajnog fragmentiranja, kao i do jačanja njegove lokalne specifičnosti na seminatičkoj razini“ (2018: 90). Iako se kao neka od osnovnih obilježja etniciteta navode „genetsko podrijetlo, jezik, običaji, institucije, prvo je donekle odbačeno jer ko obilježje etničke grupe, etnicitet obično podrazumijeva jedno ili više od obilježja: zajedničko porijeklo, osjećaj pripadnosti i zajedničke svijesti, međusobnu komunikaciju i percepciju drugih kao pripadnika etničke grupe“ (Oštarić, Blagoni i Poropat Jeletić, 2018: 91). Bez obzira na činjenicu što etnička (samo)identifikacija može biti ključna za niz relevantnih odluka posebno u migracijskim kontekstima, u mnogim se slučajevima radi o spornoj i iznimno osjetljivoj socidemografskoj kategoriji.

Levi-Strauss navodi kako se „cijelog 19. i polovicom 20. stoljeća postavljalo pitanje utječe li rasa na kulturu i na koji način. Iz činjenice da su narodima koji nemaju isti fizički izgled svojstveni i drugačiji načini života, običaji i vjerovanja, zaključivalo se da su fizičke razlike i kulturne razlike povezane“ (2013: 67). Broj kultura koje „postoje i pogotovo koje su na površini zemlje postojale još prije dva ili tri stoljeća neusporedivo nadmašuju broj rasa koje su uspjeli raspoznati najpedantniji istraživači, dok se dvije kulture koje su razvili pripadnici iste rase mogu međusobno razlikovati više nego kulture koje potječu od rasno različitih grupa“ (Levi-Strauss, 2013: 68). Tradicionalni pojam rase je „prvenstveno počivao na vanjskim i dobro vidljivim svojstvima: stasu, boji kože i očiju, tipu kose, dok se navedeni uvjeti koji danas zapažaju u nekim zaostalim populacijama nude, barem u svjesnom smislu, približnu sliku uvjeta u kojima je živjelo čovječanstvo daleke prošlosti“ (Levi-Strauss, 2013: 68). Sve navedeno se tiče načina na koji se

ljudske grupe dijele i preoblikuju, običaja koji se pojedincima nameću, a ti faktori na izravan ili neizravan način oblikuju prirodni odabir i usmjeravaju njegov tijek. Pozitivna stvar je da sve veća izloženost različitim kulturama dovodi do razvoja fleksibilnijeg kulturnog identiteta te se danas ljudi sve više osjećaju dobro i ugodno krećući se kroz više kulturnih konteksta, usvajajući na taj način svoj multikulturalni identitet.

2.2. Karakteristike multikulturalnosti

Multikulturalizam općenito karakterizira različite rase, etničku pripadnost i nacionalnost raznih ljudi koji žive zajedno u istoj zajednici. Također se na njega može promatrati kao način za rješavanje problema u slučajevima etničkih sukoba, zanemarujući preduvjet demokratskih struktura i tradicija.

Ivaniš ističe da se u „vremenu u kojemu multikulturalnost sve više postaje imperativ suvremenog svijeta, a interkulturalno razumijevanje postaje pretpostavka za komuniciranje među kulturama i tradicijama, odnosi mogu primjereno razložiti kroz duhovnost koja pruža drukčije i primjerenije samorazumijevanje čovjeka, njegovo orijentiranje i djelovanje u svijetu za razliku od pozitivističke i analitičke filozofije i znanosti“ (2015: 238). Multikulturalizam „podrazumijeva kulturnu raznolikost te sam pojam multikulturalnosti govori o prisutnosti nečega čega je više, odnosno više kultura u nekoj sredini“ (Ivaniš, 2015: 238). Sam termin multikulturalnost i njegove izvedenice „multikulturalistički, multikulturalan i slično, pojavili su se nedavno tek u akademskim krugovima te političkim i ekonomskim raspravama o karakteru i osobnosti suvremenog društva“ (Ivaniš, 2015: 238). Može se reći kako se multikulturalnost ne tiče naprosto bilo kakve razlike ili identiteta, nego samo takvih koji su ukorijenjeni u kulturi i pomoću koje se odražavaju.

Lee, Arcodia i Lee ističu kako se „mobilnost ljudi između zemalja u posljednjih nekoliko desetljeća povećala, te je temeljem toga izraz multikulturalizam postao popularan u mnogim društvenim kontekstima, iako sam pojam nema fiksnu definiciju, bilo u političkoj raspravi ili kulturnom ili znanstvenom diskursu“ (2012: 94). U deskriptivnom svojstvu „multikulturalizam se često koristi za opisivanje društvenih situacija koje otvoreno karakteriziraju mnoštvo etničkih skupina, kultura, religija i jezika, stoga se posebna pažnja se skreće i vladama gdje se predlaže da pruže potporu manjinama kako bi zaustavile i spriječile kulturni gubitak i promicale etnički identitet“ (Lee, Arcodia i Lee, 2012: 94). Negativni stavovi i predrasude jedne etničke skupine

prema drugoj se „mogu smanjiti kroz međugrupni kontakt te kada pojedinci iz dviju skupina dođu u pozitivan, osobni i suradnički kontakt jedni s drugima, upoznaju se i kao posljedica toga, predrasude se smanjuju ili potencijalno eliminiraju“ (Lee, Arcodia i Lee, 2012: 94). Sastavni dio toga je da se interakcija treba odvijati između pojedinaca jednakog statusa sa zajedničkim ciljevima, međugrupnom suradnjom i uz potporu vlasti, zakona i običaja.

Gozdecka, Ercan i Kmak, navode kako je pojam multikulturalizam „prvi put bio inauguriran u Kanadi, 1971. godine te usvojen u modificiranim oblicima u mnogim zemljama uključujući Australiju, Britaniju, Sjedinjene Države i Nizozemsku. Ipak, posljednjih godina svjedočimo značajnom povlačenju od multikulturalizma u svim tim zemljama“ (2014: 53). Diskurs multikulturalizma počeo se „zamjenjivati pojmovima nacionalnog identiteta i pripadnosti, stoga se ti pojmovi vide kao hitno potrebni uvjeti za suprotstavljanje fragmentirajućim silama multikulturalizma koje vode do pojave paralelnih života“ (Gozdecka, Ercan i Kmak: 2014: 53). Različite zemlje različito su odgovorile na krizu multikulturalizma, što na kraju karakterizira „pojavu postmultikulturalizma koji je evidentan u gotovo svim zemljama, uključujući i one koje nikada nisu implementirale multikulturalizam kao službenu politiku“ (Gozdecka, Ercan i Kmak: 2014: 53). Gozdecka, Ercan i Kmak ističu sličan način „na koji se zemlje razlikuju u svojoj praksi multikulturalizma, te koje se također razlikuju u svojim odgovorima na krize multikulturalizma i načinu na koji karakteriziraju postmultikulturalne tendencije“ (2014: 63). Navedeno uključuje upravljanje slobodom u multikulturalizmu kroz religiju, kulturu, državljanstvo, rasu i ljudska prava.

Barry ističe kako se „multikulturalističke politike provode unatoč velikom odobravanju javnosti, što zapravo ide na čast sposobnostima elita koje ih zagovaraju te mnogi vjeruju da svaka kulturna skupina u političkoj zajednici predstavlja izvor vrijednosti za svoje članove te da su vrijednosti različitih skupina nesamjerljive“ (2006: 360). Prema tom gledištu, „društvo s jednim skupom pravila koja se primjenjuju na sve njegove članove nužno je opresivno za kulturne manjine jer ta pravila jednostavno odražavaju kulturu većine“ (Barry, 2006: 360). Naime, cijela ideja „politike raznolikosti“ je da je točan odgovor da svaka kulturna skupina ima javne politike prilagođene njezinim posebnim zahtjevima. Barry jasno ističe da je to moguće samo ako se „pripadnicima kulturnih manjina osigura da kontroliraju javne politike koje na njih utječu, bilo delegiranjem političke moći na njih ili davanjem neke vrste posebnog statusa“ (2006: 360).

Važnost multikulturalizma je vidljiv u mnogim djelatnostima i područjima jer ne samo da kulturna raznolikost promiče mir, nego također čini društvo zanimljivijim mjestom za život.

Aneta ističe kako se „u kontekstu o temi multikulturalnosti kao važnoj značajki suvremenog obrazovanja, mogu pronaći razna obilježja“ (2013: 52):

- Svaka kultura ima svoje specifične karakteristike koje se kao takve trebaju poštovati
- Multikulturalnost je potencijalno blago svakog društva
- Multikulturalnost se ne očituje samo kao obilježje zajednice, već i na individualnoj razini
- U središtu multikulturalnog obrazovanja mora biti osoba čiji je osnovni osobne karakteristike su: široki intelektualni pogledi razvijeni i ostvareni potencijali, autonomija, tolerancija, sloboda, sposobnost kritike i demokratska orijentacija
- Multikulturalnost se ne postiže samo u školama i na radnom mjestu, već i u obiteljskom odgoju, snažnim i utjecajnim sredstvima, masovnim medijima, knjigama, filmovima i kompletnim društvenim okruženjem
- Multikulturalnost čini osobu s širokim pogledima i širokom multikulturalnom orijentacijom, netko tko može dati smisao pojedinom nacionalnom i kulturnom identitetu te koji će cijeliti druge narode kulturne sorte i njihova dostignuća
- Multikulturalnost je perspektiva budućnosti

Među obilježja multikulturalnosti može se svrstati u kulturna raznolikost, koja je objašnjena u prethodnom poglavlju. Danas se zemlje, radna mjesta i škole sve više sastoje od raznih kulturnih, rasnih i etničkih grupa. Prepoznavanjem i učenjem o tim različitim skupinama, zajednice grade povjerenje, poštovanje i razumijevanje u svim kulturama. Zajednice i organizacije u svim sredinama imaju koristi od različitih pozadina, vještina, iskustava i novih načina razmišljanja koji dolaze s kulturnom raznolikošću.

Jelinčić, Gulišija i Bekić ističu kako je „govoriti o monokulturalizmu, multikulturalizmu, interkulturalizmu ili transkulturalizmu nekog društva, postalo gotovo poštapalica suvremenog svijeta, iako nije do kraja definirano što točno ti pojmovi podrazumijevaju, a osim toga oni se različito tumače na različitim kontinentima“ (2010: 17). Primjerice, „polazne točke i odrednice multikulturalizma u Sjevernoj Americi potpuno su drugačije od onih u Europi, a što se tiče drugih dijelova svijeta, često se ne može govoriti o multikulturalizmu kao o politici ili ideologiji, već

samo o multikulturalnosti kao činjeničnom stanju“ (Jelinčić, Gulišija i Bekić, 2010: 17). I u samoj Europi „postoje različiti pristupi tom problemu, primjerice britanski i francuski model je do prije nekoliko godina služio kao primjer dijametralno oprečnih modela integracije, premda ni među samim znanstvenicima ne postoji suglasnost oko osnovne terminologije“ (Jelinčić, Gulišija i Bekić, 2010: 17). Osnova definiranja multikulturalizma je „kulturalna raznolikost, što znači da nije riječ o novoj pojavi, ali ju je teško definirati s obzirom na to da ne postoji jedinstven pristup spomenutom pojmu“ (Jelinčić, Gulišija i Bekić, 2010: 20). Prepoznavanje i promicanje raznolikosti ljudskih društava i kultura na određenom području ili u svijetu u cjelini „bilo bi najbliže definiciji kulturalne raznolikosti, dok druge strane, za opisivanje aspekata kulturalne raznolikosti koriste se različiti pojmovi: multikulturalizam, kulturalni pluralizam, interkulturalizam ili spajanje kultura“ (Jelinčić, Gulišija i Bekić, 2010: 20). Općenito multikulturalno društvo karakterizira susret različitih kultura, nacija, jezika i vjera te se ljudi različitih kultura susreću i suočavaju jedni s drugima, s novim situacijama i iskustvima, a sama kultura je višestruka, dinamična i raznovrsna.

Karakteristike multikulturalizma se također posirovjećuju s obilježjima imigranata, osoba koji stignu u zemlju domaćina te koji mogu odabrati hoće li se integrirati ili asimilirati s kulturalom domaćina. Politike i pravila zemlje domaćina pogoduju razvoju miroljubive države, a domaćin ima koristi od toga dobivanjem raznolikog skupa ljudi koji doprinose svojim znanjem, produktivnošću i vještinama, dok s druge strane imigranti mogu pronaći bolji životni stil, bolju finansijsku zaradu ili čak bolju sigurnost u zemlji.

2.3. Kritike i predrasude multikulturalizma kao nove paradigme 21. stoljeća

Postoje mnogi pozitivni krajnji rezultati i benefiti multikulturalizma, odnosno života u multikulturalnom društvu, što znači da kada ljudi žive u zemlji naseljenoj raznolikim etničkim skupinama, to dovodi do uklanjanja predrasuda i društvene dominacije prema predstavnicima kulturalnih manjina. To također sa sobom nosi izlaganje različitim kulturalama, poticanje tolerancije i obogaćivanje vlastite perspektive. Kritički multikulturalizam prepoznaje važnost doprinosa i sudjelovanja marginaliziranih ljudi u društvenim i političkim domenama i izaziva ugnjetavanje koje se održava kroz dominantne društvene norme.

Kritičari multikulturalizma tvrde da on „podjeli društva i dovodi u pitanje državno jedinstvo i zajednički građanski identitet kao i da istovremeno može značiti separatizam i samomarginalizaciju etničkih zajednica“ (Oštarić, Blagoni i Poropat Jeletić, 2018: 122). Perspektive multikulturalizama će zavisiti od „prihvatanja i promoviranja interkulturalnog dijaloga, prije svega od demokratskog upravljanja kulturnom raznolikošću, koje počiva na ljudskim pravima i slobodama“ (Oštarić, Blagoni i Poropat Jeletić, 2018: 122). U fenomenu multikulturalizma se ukrštaju različite tendencije koje se odnose na demografiju, ekonomiju, međunarodnu politiku i kulturu, pa je on stoga ponekad i izoliran u nekim zemljama, sukladno svjetskim kretanjima i trendovima.

Oštarić, Blagoni i Poropat Jeletić ističu kako se „multikulturalizam kao pojam u javnom diskursu smatra općenito pozitivan te poprima pozitivne konotacije, a slika proizlazi iz činjenice da se pojam multikulturalno povezuje s prihvaćanjem i poštivanjem tuđih kultura, običaja i vrijednosti“ (2018: 122). Ne čudi činjenica da protivnik multikulturalizma „mora dokazivati da nije rasist, ksenofob, zagriženi nacionalist ili zadržni univerzalist koji ne priznaje različitost ljudi, a razloge tome treba tražiti još u 70-im godinama 20. stoljeća kada se multikulturalizam kao skup javnih politika, javio u Kanadi, SAD-u, Australiji, Novom Zelandu, a zatim i u Zapadnoj Europi“ (Oštarić, Blagoni i Poropat Jeletić, 2018: 122).

Oštarić, Blagoni i Poropat Jeletić također navode kako se „multikulturalne javne politike vezuju uz pokušaje poboljšavanja društvenog i ekonomskog položaja manjina svih vrsta, napose etničkih i rasnih manjina, te starosjedilačkih naroda, koji su povijesno bili žrtve grube diskriminacije i nepravde u tim zemljama“ (2018: 8). Bez obzira na to kako se kultura definira, „velika je većina država bila kulturno pluralna i socijalno podijeljena, a i rodne razlike svakako nisu nikakva novost, pa se neizbježno nadaje pitanje zašto je liberalni model jednakih prava, koji je svojevremeno dopunjen socijalnom pravednošću odjednom postao neprikladan“ (Oštarić, Blagoni i Poropat Jeletić, 2018: 9). Kritičari tvrde da multikulturalizam promiče getoizaciju, potičući pripadnike etničkih skupina da gledaju prema unutra i naglašavajući razlike među skupinama umjesto njihovih zajedničkih prava ili identiteta kao građana.

Colombo ističe kako se multikulturalizam može odnositi na „tvrdnje o priznanju od strane domorodačkih i podržavnih nacionalnih skupina, a u odnosu na autohtono stanovništvo – kao što su Aboridžini u Kanadi i Australiji, američki Indijanci, Maori na Novom Zelandu i Inuiti na

Grenlandu – multikulturalne rasprave postavljaju pitanja davanja prava manjinskim skupinama koje su bile pokorene, iskorištavane i diskriminirane od (bijelih europskih) stranih osvajača“ (2015: 801). „Domoroci su bili izloženi sustavnom i ustrajnom nasilju, kako fizičkom tako i simboličkom, i sada zauzimaju marginalne pozicije u ekonomskom, političkom i društvenom životu, gdje je njihova sposobnost ravnopravnog sudjelovanja ograničena negativnim predstavama i predrasudama“ (Colombo, 2015: 801). Rasprava je usredotočena na priliku da se podrže „specifične politike potpore autohtonim narodima u prevladavanju dugotrajnih nepravdi i dugotrajnih nejednakosti koje mogu uključivati prava na zemlju, prava na samoupravu, priznavanje običajnih zakona i odgovarajuću političku zastupljenost u institucijama nacionalne države, kao i promicanje kampanja protiv diskriminacije ili simbolično priznanje uloge ovih domorodačkih skupina u zajedničkoj povijesti zemlje“ (Colombo, 2015: 801).

Konzervativni kritičari „optužuju multikulturalizam za davanje pretjerane podrške identitetima i kulturama manjinskih skupina, čime slabi izvornu lokalnu kulturu te često prikazuju *rat nultog zbroja* između kultura, s multikulturalnim politikama koje favoriziraju neliberalne, antimoderne i antidemokratske manjinske skupine, dok većinsku skupinu okrivljuju da je etnocentrična i rasistička“ (Colombo, 2015: 806). Većinska skupina mora biti „ponosna na vlastitu kulturu i unapređivati je iskorištavanjem nacionalne pripadnosti i unutarnje kohezije, što znači da se od manjinskih skupina mora očekivati da poštuju pravila i vrijednosti većine i pokažu spremnost na asimilaciju prije nego što im oda priznanje i poštovanje“ (Colombo, 2015: 806). Nekritičko prihvaćanje navika, običaja, vrijednosti i jezika koji su daleko od, ako ne i suprotni, onima većine, umanjuje zapadni identitet, njegovu instituciju i njegova uvjerenja.

Kymlicka ističe kako „općavanja o ciljevima i posljedicama multikulturalizma mogu dovesti u zabludu, štoviše velik dio rasprave o multikulturalizmu pati od tog nedostatka, a protivnici multikulturalizma tvrde da on getoizira manjine te koči njihovu integraciju u *mainstream* društvo, dok zagovornici odgovaraju da ta briga za integraciju odražava kulturni imperijalizam“ (2003: 28). Obje su optužbe pretjerana uopćavanja koja ne uzimaju u obzir razlike među manjinskim skupinama te pogrešno interpretiraju njihove stvarne pobude. Nacionalno jedinstvo moglo bi postati nemoguće ako ljudi vide sebe kao pripadnike etničkih ili rasnih skupina, a ne kao građane zajedničke zemlje.

May navodi kako su u „sadašnjem postmultikulturalnom okruženju u 21. stoljeću o izazovima s kojima se još uvijek suočava multikulturalizam, vrijeme njegovog očitog uspona su bila vrlo predviđajuća“ (2009: 34). Postoji mnoštvo zadataka s kojima se suočava multikulturalizam koji „uključuju pokušaj razvijanja smislenog, teorijski pročišćenog i obranjivog novog metateorijskog i teorijskog teritorija koji bi stvorio temelje za multikulturalizam kao paradigmu“ (May, 2009: 34). Tablica 2. će stoga prikazati izazove i ograničenja multikulturalizmu koje pridonose trenutnom međunarodnom ograničenju.

Tablica 2: Izazovi i ograničenja multikulturalizma u suvremenom društvu

IZAZOVI	OGRANIČENJA
<ul style="list-style-type: none"> • Pokušaj uspostavljanja svoje epistemološke i logičke premise oko pojmova iskustva, narativa, glasa, djelovanja i identiteta • Pokušaj provođenja empirijskog istraživanja koje povezuje kulturu, moć, znanje, jednakošću, nejednakošću ili diskriminacijom • Potrebu obrane multikulturalizma od konzervativne desnice koja ga je demonizirala kao nepatriotski pokret 	<ul style="list-style-type: none"> • Stalna kritika multikulturalizma s desnice • Tendencija multikulturalizma da se koncentrira na kulturu nauštrb strukturnih problema kao što su rasizam i socioekonomska nejednakost • Ograničenja koja postmodernistička shvaćanja identiteta predstavljaju za multikulturalizam • Komunikacijske barijere, nesporazume i povremene napetosti između različitih kulturnih skupina

Izvor: izrada autorice prema May, S. (2009). *Critical multiculturalism and education*. In *The Routledge international companion to multicultural education*, str. 34., Routledge.

Iako multikulturalna društva često imaju pristup širem rasponu međunarodnih iskustava, on sa sobom kao nova paradigma 21. stoljeća nosi određene izazove i ograničenja te uvijek može doći do kulturnih sukoba i može biti izazovno održati zajednički nacionalni identitet. Šire društveno-političke okolnosti koje trenutno postoje neizbježno će zahtijevati značajno društveno i političko prestrojavanje ako se multikulturalizam, i s njim povezana prava manjina s njihovim društvenim, kulturnim, jezičnim i vjerskim praksama.

3. MULTIKULTURNA DRUŠTVA I TURIZAM

Budući da je multikulturalizam zapravo filozofski i politički odgovor vlade na razvoj civilizacije koji promiče različite kulture i specifičnu usmjerenost prema kulturno različitoj populaciji, multikulturalna društva pomažu zajednici za razvoj međusobnog uvažavanja i razumijevanja, poštovanja, čime se istovremeno razvijaju pozitivni stavovi i smanjuju predrasude i stereotipi. Krajnji ishodi multikulturalnih društva i turizma su pozitivne koristi zbog boljeg razumijevanja i uvažavanja različitih kultura, čime se proširuje i obogaćuje kulturna raznolikost.

Jelinčić, Gulišija i Bekić navode kako se „turizmu često zamjera da uzrokuje materijalne štete u lokalnim zajednicama, odnosno na određenim turističkim lokalitetima, jer je broj turista koji ih posjećuju često veći od nosivosti tih lokaliteta“ (2010: 27). Mnogo su teže „mjerljive posljedice koje turizam izaziva u socijalnom smislu te se često mogu pronaći posljedice društvene interakcije komercijalizacija kulture, promoviranje glumljene autentičnosti i invencija tradicije, izazivanje društvenog konflikta, sukob vrijednosti, nesporazumi, stereotipizacija, negodovanje zbog prisutnosti turista, socio-ekonomska ovisnost, povećan kriminal, pa čak i prostitucija“ (Jelinčić, Gulišija i Bekić, 2010: 27). Stereotipi su „jedna od najtežih negativnih posljedica socijalnog kontakta u turizmu te jednom kad su prihvaćeni, teško ih je iskorijeniti, što posredno utječe i na samo turističko poslovanje prema određenim turističkim identitetima“ (Jelinčić, Gulišija i Bekić, 2010: 28). Izbjegavanje negativnih učinaka kojima ponekad rezultira kontakt različitih kultura „moguće je postići obrazovanjem, a samo interkulturalno obrazovanje sve je češći pristup u suvremenim kurikulumima, a takav pristup obrazovanju valja shvatiti kao obogaćivanje“ (Jelinčić, Gulišija i Bekić, 2010: 28). Navedeno stajalište zagovara uključivanje različitih kulturnih, etničkih i vjerskih skupina, s jednakim statusom, pravima i mogućnostima, jer svaka kultura i rasa daje značajan doprinos svom društvu.

Purwani i Arvianti navode kako je „multikulturalizam potvrda da nekoliko različitih kultura može postojati u istom okruženju i biti od koristi jedna drugoj, stoga je multikulturalni normativ postojanje pozitivne podrške, slavljenje zajedničke različitosti koja se tipično temelji na pravima različitih skupina da budu poštivana i priznata te koristima koje proizlaze kroz širu društvenu i kulturnu raznolikost“ (2020: 158). Razne države različito percipiraju multikulturalnost te „svaka zemlja primjenjuje princip multikulturalizma s različitim nazivima, a mnoge destinacije imaju upečatljivu kulturnu baštinu i izazove kulturnog pluralizma, tako da se na njih gleda kao na

klasično mjesto za novu formaciju pluralnih društava“ (Purwani i Arvianti, 2020: 158). Budući da multikulturalizam „poštuje i štiti kulturnu raznolikost, mnoge zemlje koje imaju etničku, kulturnu, vjersku i komunalnu raznolikost, turistički dionici shvaćaju da multikulturalizam postaje vrlo važno pitanje u državnoj upravi, posebno u prilagođavanju interesima i političkim glasovima manjina u javnom prostoru“ (Purwani i Arvianti, 2020: 159). U idealnom slučaju, „multikulturalno društvo je društvo koje živi u različitim etničkim skupinama i kulturama, ali međusobno poštovanje među etničkim skupinama će osigurati povjerenje za druge skupine kako bi se uspostavila dobra interakcija i čak dovela do harmonizacije u turizmu“ (Purwani i Arvianti, 2020: 159). Prema multikulturalnim društvima se mogu jasno uvidjeti razlike koje prema vode jednakosti u društvu, a sama sposobnost interkulturalne svijesti daje priliku turistima da otvoreno i fleksibilno prihvaćaju kulturne razlike zemlje u koju putuju.

U svojoj drugoj studiji, Purwani i Arvianti navode kako kod „multikulturalizma i turizma može doći i do neželjenih efekata i posljedica, posebice kada su u pitanju ekonomske aktivnosti koje u urbanim zajednicama nastavljaju rasti zajedno sa sve većim razvojem stanovništva, a s obzirom da svaka zemlja ima etničku, kulturnu, vjersku i komunalnu raznolikost, razumijevanje multikulturalizma postaje vrlo važno pitanje u radu vlade“ (2020: 172). U osnovi, „ekonomski problem se ne može odvojiti od kulturnog problema jer svaki gospodarski razvoj zahtijeva intelektualne ili kulturne vrijednosti koje će moći potaknuti ljude da se trude redovito raditi, a pritom imati karakter discipline“ (Purwani i Arvianti, 2020: 172). Iz navedenih razloga u multikulturalnim društvima koja su povezana s turizmom je potreban destinacijski menadžment kao rezultat kulture iz razloga što socio-kulturni aspekti raznih destinacija i nacija utječu na sposobnost i stanje upravljanja istih. Općenito, u turizmu multikulturalna društva predstavljaju složenu raspravu koja se može riješiti multikulturalnim obrazovanjem i promicanjem kulturne raznolikosti.

3.1. Interkulturalnost u turističkom sektoru

Multikulturalna društva su tolerantna, štite manjinske zajednice i njihovo dostojanstvo, priznaju grupne identitete, olakšavaju integraciju, daju najbolje šanse za uspjeh i nude standarde za rješavanje. Turizam je odgovor na rast interkulturalnosti zbog sve veće migracije, rastuće međunarodno vlasništvo i promjene u demografiji.

Astuti i sur. ističu kako se „multikulturalno društvo ostvaruje kroz koncepte i principe koji se temelje na multikulturalizmu te se jednakost prvenstveno ističe prema asketskim razlikama, kao što su razlike u etničkoj i kulturološkoj pripadnosti, fizičkim karakteristikama ili rasi, vjerskim uvjerenjima, spolu i dobi“ (2019: 322). Multikulturalizam kao pojam je „usko povezan s turizmom jer se koristi za opisivanje različitih svjetonazora na život ili kulturnih politika koje naglašavaju prihvaćanje različitosti i pluraliteta kao glavnu stvarnost u životima ljudi s obzirom na vrijednosti, socio-kulturne sustave i politiku kojih se drže“ (Astuti i sur., 2019: 322). U mnogim destinacijama se život skladno se razvija uz empatiju temeljenu na lokalnim kulturnim vrijednostima, što se odražava u različitim društvenim, ekonomskim i svakodnevnim interakcijama između etničkih skupina koje su vrlo skladne i pokazuju poštovanje jedna prema drugoj.

Máthé navodi kako se „neke od europskih zemalja, uglavnom zapadne i skandinavske, susreću s određenim demografskim problemima koje pokušavaju riješiti vanjskim sredstvima, vjerujući da će proces migracija pomoći im u pronalaženju rješenja za sve socijalne, demografske i ekonomske probleme koji su usporavali njihov razvojni proces“ (2018: 40). Sve potonje ima „ogroman utjecaj na to kako se stvari mogu odvijati u društvu, jer će poznavanje i razumijevanje međukulturalne komunikacije biti od koristi za sve i pomoći će u pronalaženju pravog i učinkovitog rješenja za većinu ekonomskih problema“ (Máthé, 2018: 40). Dakle, može se reći da se interkulturalna i multikulturalna pitanja temelje na kroskulturalnoj komunikacijskoj svijesti i odnosu prema svim relevantnim problemima i aspektima društva.

Máthé također ističe kako je „turizam takva ljudska i poslovna djelatnost koja je u stanju pružiti razvoj u sferi gospodarstva stvaranjem prihoda, rasta i zapošljavanja u bilo kojoj zemlji“ (2018: 43). S obzirom da se percipira kao treća najveća socio-ekonomska djelatnost u EU nakon trgovine i distribucije, „Europa će se uvijek smatrati vodećim svjetskim turističkim odredištem, s oko 40 % turističkih dolazaka iz svih dijelova svijeta zahvaljujući kulturnoj i povijesnoj baštini, prirodnim bogatstvima, raznolikosti krajolika i krajolika, visokokvalitetnim uslugama i dobroj dostupnosti“ (Máthé, 2018: 43). Postoji još jedan vrlo važan aspekt, a to je „kulturalna raznolikost u ugostiteljstvu te su promjenjivi globalni multikulturalni uvjeti pokazali da radnici migranti čine značajan udio radne snage u ugostiteljstvu i hotelijerstvu“ (Máthé, 2018: 44). Povećanje kulturne raznolikosti u turizmu generirano je kombinacijom globalnih ili međunarodnih čimbenika i uvjeta

unutar okruženja zemlje domaćina, što se također prilagođava novoj stvarnosti i povezanosti s doživljenom kulturnom raznolikošću u svijetu.

Tablica 3. će prikazati određene prednosti multikulturalizma u turizmu, ali i određene izazove s kojima se on kao djelatnost susreće.

Tablica 3: Prednosti i izazovi multikulturalizma u turističkom sektoru

PREDNOSTI	IZAZOVI
<ul style="list-style-type: none"> • Podiže međuljudske vještine ljudi • Povećava timski rad • Pro širuje inovativnost i kreativnost • Izražava različite stavove i ponašanja, potrebe • Razvija vještine i veliku raznolikost jezika kojima se govori • Povećava kredibilitet turističkih poduzeća • Povećava produktivnost na složenim zadacima 	<ul style="list-style-type: none"> • Otežana komunikacija • Predanost i lojalnost • Percepcija ljudi o promjenama • Postoji kompliciran proces donošenja odluka • Stvara sukobe • Potrebna je velika fluktuacija zaposlenika • Postavlja pitanja diskriminacije i pravnih posljedica

Izvor: izrada autorice prema Máthé, I. (2018). Multiculturalism and interculturalism in tourism. *Valahian Journal of Economic Studies*, 9(1), str. 45.

Prema Tablici 3. mogu se uvidjeti nekoliko prednosti kulturne raznolikosti turizmu, ali i određene izazove koje multikulturalizam nosi. Općenito, multikulturalizam omogućuje turističkim poduzećima da učinkovito upravljaju kulturnim razlikama, poboljšaju produktivnost i prilagode se globaliziranom i digitalnom poslovnom okruženju.

Jelinčić, Gulišija i Bekić navode kako „Odjel za turizam Europske komisije ima ulogu koordinatora kako bi se osiguralo da se interesi turizma u potpunosti uzmu u obzir u pripremi zakonodavstva i u provedbi programa i politika koji sami po sebi nisu koncipirani u smislu turističkih ciljeva, a u praksi, mnogi programi i politike uključuju turističku dimenziju ili imaju značajan utjecaj na aktivnosti povezane s turizmom“ (2010: 27). U turizmu je kvaliteta komunikacije povezana s kulturom i sredstvima koja se koriste te su danas najznačajnije turističke atrakcije i manifestacije sve globaliziranijeg multikulturalnog okruženja, s postojanjem sve većeg broja etničkih skupina u zemljama domaćinima.

Upravljanje kulturnom raznolikošću također zahtijeva posebne vještine i razumijevanje gdje je potrebno usvojiti sustav upravljanja odnosima sa zaposlenicima, prevladati stereotipe i diskriminaciju, a svim zaposlenicima u turizmu je potrebna posebna obuka i edukacija.

3.2. Modeli kulturne raznolikosti u ugostiteljstvu

U mnogim kulturama se samo ugostiteljstvo smatra dužnošću i znakom časti te se vjeruje da dočekivanje gostiju raširenih ruku odražava velikodušnost domaćina, ali i da donosi blagostanje i sreću. Primjerice, kulture Bliskog istoka, dobro su poznate po snažnom naglasku na gostoprimstvu, posebice u siromašnim zemljama gdje je turizam najvažnija grana gospodarstva. Kulturne raznolikosti se u ugostiteljstvu mogu sagledati s dva aspekta: s aspekta putnika koji putuje u zemlje suprotne njihovoj kulturi te s aspekta djelatnika koji su zaposleni u turizmu i ugostiteljstvu, a koji imaju drukčiji jezik, naciju i rasu od zemlje u kojoj rade.

Manoharan, Gross i Sardeshmukh ističu kako „teme kulture i učinkovitosti od središnje su važnosti u studijima organizacije, a jaka organizacijska kultura preduvjet je za organizacijsko poboljšanje i učinak u ugostiteljstvu“ (2013: 505). Usprkos zahtjevu za znanjem o organizacijskoj kulturi i uspješnosti u ugostiteljstvu, „do sada je provedeno relativno malo istraživanja, premda je raznolikost profila gostiju, ali i radne snage privukla pozornost istraživača ugostiteljstva“ (Manoharan, Gross i Sardeshmukh, 2013: 505). Zbog promjenjive prirode radne snage i količine ulaganja u ugostiteljstvo, „pitanja raznolikosti su od vitalne važnosti u hotelskoj djelatnosti, a samo upravljanje raznolikošću usko je povezano s podizanjem kvalitete usluga u ugostiteljstvu te je vidljivo je da različitost može utjecati na hotelsku organizacije na pozitivan ili negativan način“ (Manoharan, Gross i Sardeshmukh, 2013: 506). Kulturna raznolikost odnosi se na prisutnost pojedinaca iz različitih kulturnih sredina te je važna u ugostiteljstvu upravo zbog činjenice jer unapređuje odnos s gostima, poboljšava inovacije te u konačnici pomaže ugostiteljskim poduzećima u pružanju boljih usluga i stvaranju održivijeg turističkog doživljaja.

Malik, Madappa i Chitranshi ističu kako sektor ugostiteljstva i turizma može iskoristiti prednosti raznolike kulture kada se razbije neznanje zaposlenika u ovom kontekstu, a sami zaposlenici se često osjećaju nelagodno i ugroženo u nepoznatoj situaciji, stoga je bitna obuka o raznolikosti koja može pomoći u promjeni načina razmišljanja i stavova ljudi o drugim kulturama“ (2017: 330). Kulturno obogaćeno okruženje „može se stvoriti samo kada su lokalni zaposlenici

svjesni i razumiju potrebe multikulturalnih radnika te bi turistička poduzeća trebala biti usredotočena na programe i sastanke koji osiguravaju radikalno uključivanje zaposlenika na svim razinama, što također može poboljšati razine angažmana i zadržavanja“ Malik, Madappa i Chitranshi, 2017: 330). S rastom globalizacije, turističke kompanije su shvatile da se ne natječu samo na domaćem, već i na globalnom tržištu.

Paudel i sur. ističu kako „ugostiteljska orijentacija ima tri dimenzije koje karakteriziraju inovativnost, proaktivnost i preuzimanje rizika, dok je i sama internacionalizacija postala nužna za dugoročni opstanak u današnjem globaliziranom gospodarstvu, stoga su vladini i društveni utjecaji su jači u tim gospodarstvima u nastajanju nego u razvijenim gospodarstvima“ (2021: 76). Internacionalizacija turističkih poduzeća „zahtijeva stručnjake iz različitih nacija i kultura, s različitim skupovima vrijednosti, poslovnim pravilima, komunikacijskim stilovima i ne manje važno različitim jezicima, kako bi pronašli načine za učinkovitu suradnju“ (Paudel i sur., 2021: 76). Budući da je turizam uslužni sektor, potrebno je obrazovati vodstvo i sve uključene dionike kako bi im se pomoglo u razumjevanju prednosti kulturoloških razlika turista, te ih aktivno potaknuti da zapošljavaju radnike iz raznih kultura i s jezičnim vještinama koje odražavaju potrebe samih turista.

Dalton i Crosby navode kako je „primarna osnova pristupa hotelijerstvu, kulturna raznolikost, stoga je bitno naglasiti kulturni i etički zahtjev da se posluje u miru s onima koji su drugačiji i da se prema njima odnosi s jednakim poštovanjem“ (2013: 283). Moral ugostiteljstva „utjelovljuje etika zaposlenika u turizmu i njihove dobrohotnosti prema gostima te iako su ugostiteljstvo i turizam grane same po sebi spremne na zajednicu i raznolikost, to nije dovoljno za nošenje s raznim izazovima i sukobima“ (Dalton i Crosby, 2013: 283). Osim priznavanja različitosti, ugostiteljska poduzeća često ulažu znatne napore u promicanje uvažavanja različitosti svih turista, prilagođavajući tako razlike u svojoj ponudi i odgovarajući na potencijalne probleme.

Gong tvrdi da je s „rastom globalizacije, sve više i više korporacija shvatilo da se ne natječu samo za domaće tržište, već i za globalno tržište, a danas više od polovice svjetske imovine kontroliraju multinacionalne korporacije, stoga je globalizacija veliki trend u ugostiteljstvu“ (2008: 9). Ono za što se poznate hotelske grupacije moraju natjecati su „najbolji talenti na tržištu ugostiteljstva, posebno oni kompetentni i podobni globalni menadžeri koji mogu uspješno surađivati s ljudima iz različitih kultura“ (Gong, 2008: 9). Međutim, mnoga poduzeća u

ugostiteljstvu se „još uvijek susreću s poteškoćama u učinkovitom upravljanju kulturnim razlikama, a diskriminacija i stereotipi koji proizlaze iz nedovoljnog prihvaćanja druge kulture još uvijek postoje na radnom mjestu, čak i među nekim rukovoditeljima na razini uprave“ (Gong, 2008: 11). Primjerice, bez obzira na povećani udio manjinskog zapošljavanja, većina manjinskih zaposlenika još uvijek je na početnoj ili niskokvalificiranoj razini radne snage.

Kako bi se povećala svijest i osjetljivost zaposlenika na kulturne razlike i učinkovito upravljalo kulturnom raznolikošću kako bi se maksimizirala produktivnost korporacije, posebna obuka za upravljanje kulturnom raznolikošću mora biti pažljivo osmišljena i ozbiljno provedena u ugostiteljskim poduzećima.

3.3. Primjeri iz prakse multikulturalnosti u turizmu i hotelijerstvu

Turizam i ugostiteljstvo su transformirane u globalne sektore, i što je još važnije, orijentirane su na kupce iz cijelog svijeta, što ih čini visoko konkurentnim na tržištu pružanja usluga. Budući da su turizam i hotelijerstvo radno intenzivne djelatnosti te se smatraju jednim od najbrže rastućih sektora, koji čini više od trećine ukupne globalne trgovine uslugama, kao takve su podložne utjecajima raznih kultura i kulturoloških razlika, što od strane gostiju, što od strane zaposlenih u turističkim poduzećima.

Mihajlović i Krželj-Čolović ističu kako „pojavom novih destinacija na globalnom turističkom tržištu, raste konkurencija među tradicionalnim destinacijama, a među nekim destinacijama i u svjetskim razmjerima“ (2014: 114). „Na globalnom tržištu, kao rezultat okolnosti u makrookruženju, očita je evolucija potreba okrenuta samoidentifikaciji, multikulturalnim pogledima i specifičnim interžesima koji vode daljnjoj podjeli tržišta“ (Mihajlović i Krželj-Čolović, 2014: 114). Kulturne promjene „ostavljaju traga na razini sučeljavanja globalnog kulturnog identiteta i specifičnog interesa potencijalnih potrošača, stoga je na turističkom tržištu vidljiv pomak preferencija od standardnih proizvoda temeljenih na izvornim prirodnim elementima u destinaciji (more, pijesak, sunce) prema specifičnim turističkim proizvodima, uz dodatne napore koji se ulažu u aktivnosti koje su koncentrirane oko antropogenih čimbenika u destinaciji“ (Mihajlović i Krželj-Čolović, 2014: 117). Razlozi povezivanja i koncentracije turističkih subjekata leže u nužnosti uvjetovanoj konkurentskim tržišnim uvjetima i zahtjevnim turističkim zahtjevima.

Prvi primjer multikulturalnosti u turizmu se može uvidjeti na primjeru Malezije gdje je baština identificirana kao jedna od novih niša proizvoda koje treba intenzivno razvijati u razvoju turizma. Mohamed, Mustafa i Rahim navode kako je Malezija „poduzela inicijative za proširenje turističkog tržišta iz razloga jer ima prepoznatljivu multikulturalnost koja se ogleda u arhitektonskom naslijeđu s jakim islamskim, kineskim i zapadnim utjecajima“ (2005: 142). Paralelno s rastućim interesom za turizam baštine i globalnim priljevom alternativnih turista, „turistički dolasci u gradove baštine poboljšali su se tijekom godina, a s obzirom na jedinstvenu pozadinu napora za očuvanje turizma baštine u Maleziji, promicanje multikulturalizma zapravo koči cijelu ideju o snažnom imidžu te se postavlja pitanje čiju kulturu staviti u prvi plan“ (Mohamed, Mustafa i Rahim, 2005: 145). Iako se turistički dolasci mogu poboljšati, baština i multikulturalizam čine splet turističkih proizvoda koji privlače turiste.

Turizam je stara praksa u arapskom svijetu, koji je tijekom posljednjih godina, kao i ostatak svijeta, vidio pojavu novih oblika turizma koji su izmijenili veze između svjetova kulture i razvoja. Sobh, Belk i Wilson ističu kako je „unazad zadnjih desetak godina, zahvaljujući snažnom i stalnom rastu, turizam postao veliki gospodarski, društveni i kulturni fenomen u arapskom svijetu, premda donosi ujedno rizike i prilike za kulturu i razvoj, ovisno o tome kako se njime upravlja“ (2013: 446). Primjerice, „hotelijerstvo u arapskim i islamskim zemljama je svojstveno prema beduinskom naslijeđu te su Arapi vrlo tradicionalni i ponosni po pitanju ugostiteljstva, a također postoji opći konsenzus među muslimanima da je ugostiteljstvo sastavni dio vjere u islamu“ (Sobh, Belk i Wilson, 2013: 446). To znači podrediti sve gostu, animirati ih, učiniti ih sretnima, što se smatra ključnim u mnogim arapskim društvima, kako bi se stekla reputacija velikodušnosti. Arapski svijet kombinira dugovječnu tradiciju putovanja i međukulturalne razmjene s naslijeđem građevina te iznimno bogatim i raznolikim životnim kulturama. Ti segmenti su vidljivi posebice u afričkim zemljama poput Maroka, Egipta i Tunisa, ali i u Katru, Emiratima, Omanu i ostalim destinacijama.

Dobar primjer multikulturalnosti u turizmu su i multikulturalni događaji poput manifestacija i festivala kao posebne niše turističkog proizvoda. To mogu biti primjerice karneval u Veneciji ili Rio de Janeiro, Cannes film festival, Coachella i dr. Lee, Arcodia i Lee navode „kao jedan od instrumenata u razvoju i usađivanju uspješnog multikulturalizma, multikulturalne festivale koji su se pojavili u mnogim društvenim kontekstima diljem svijeta“ (2012: 93). Multikulturalni festivali su „zapravo mjesta javne proslave koji prikazuju etničku kulturu lokalnih

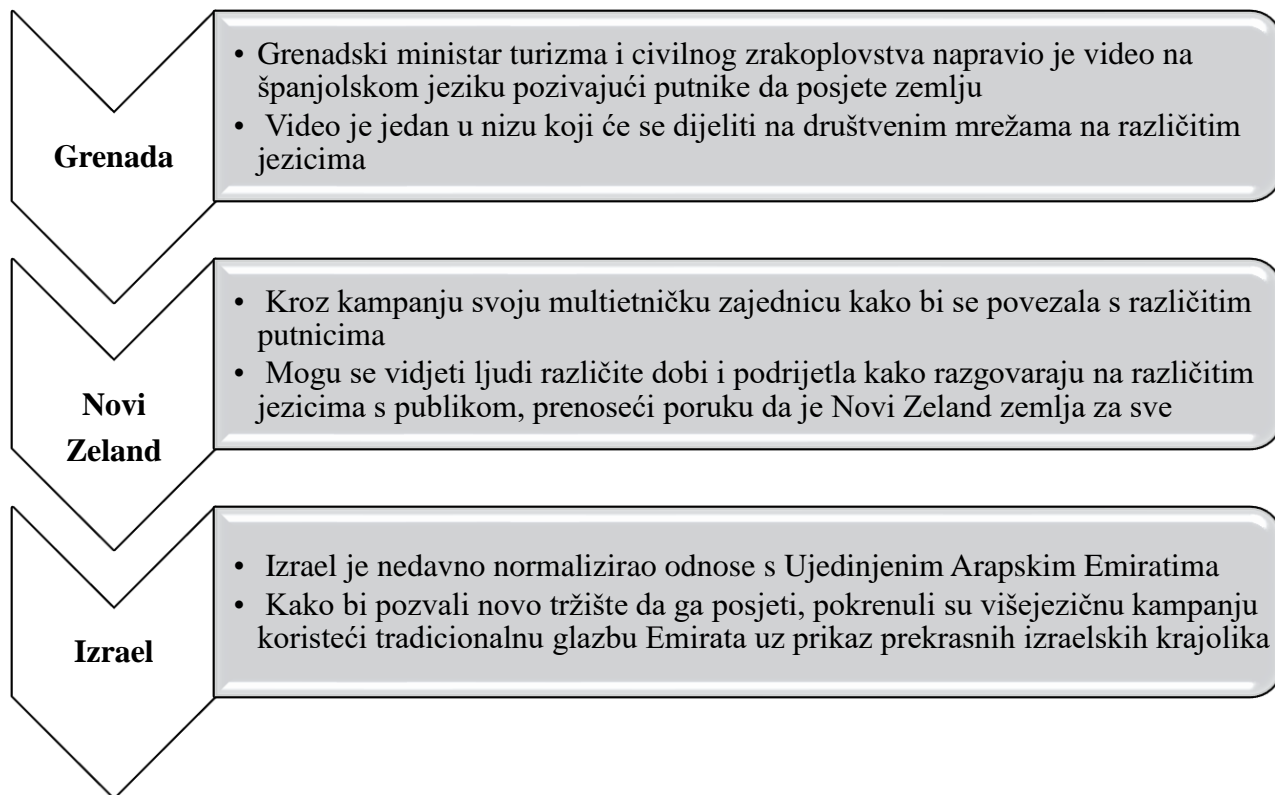
zajednica preseljenih zbog migracija te imaju različitu ulogu za različite posjetitelje“ (Lee, Arcodia i Lee, 2012: 93). Dok poneki turisti takve festivale vide „kao priliku za obrazovanje mlađih generacija o svojim tradicijama, vjerovanjima i praksama, ostali u dominantnoj populaciji vide ih kao priliku za učenje o drugim zajednicama i kulturama“ (Lee, Arcodia i Lee, 2012: 96). Festivali i događaji u turizmu, bilo da se radi o proslavi sveca zaštitnika, plesnim ili glazbenim festivalima, filmskim ili ostalim ceremonijama, pružaju priliku novim zajednicama i zajednicama u nastajanju da ojačaju svoj osjećaj identiteta i posebnosti, a time i sposobnost izražavanja vlastite kulture.

Što se tiče primjera iz prakse hotelijerstva, međunarodna priroda hotelske djelatnosti, kulturološka svijest i interkulturalna komunikacija postali su vrlo važni aspekti kontakata kako s hotelskim korisnicima tako i s hotelskim osobljem. Burkiewicz i Knap-Stefaniuk ističu kako bi „upravitelji hotela trebali toga biti svjesni zbog motivacije za putovanje koja je trenutno primarno povezana sa željom za upoznavanjem kulturnih razlika te uzimajući u obzir sve veći broj stranih turista, postaje očito da će se međuljudske interakcije između ljudi različitih nacionalnosti i kultura vjerojatno povećati“ (2022: 416). Ukoliko hotel želi uspješno funkcionirati, „hotelski menadžment treba posjedovati visoku razinu kompetencija u radu u međukulturalnom okruženju, a i sami hotelski lanci su u potrazi za prilikama za širenje i razvoj“ (Burkiewicz i Knap-Stefaniuk, 2022: 416). Hotelske grupacije svoje objekte otvaraju na raznim lokacijama diljem svijeta, stoga „menadžeri i zaposlenici moraju biti fleksibilni što se tiče zemljopisnog položaja i moraju se moći prilagoditi novom okruženju, uključujući i novu kulturu, a posebno u hotelskom menadžmentu, multikulturalni zaposlenici i korisnici često mogu generirati teške situacije, kao što je nedostatak razumijevanja, poštovanja i povjerenja u odnosima između ljudi iz različitih kultura, što utječe na motivaciju, predanost, kvalitetu rada i odnosa“ (Burkiewicz i Knap-Stefaniuk, 2022: 417). Za postizanje uspjeha i učinkovito upravljanje kulturološkim razlikama u ugostiteljstvu, također je potrebno posjedovati ne samo odgovarajuću jezičnu kompetenciju, već i ostale vještine, ali i imati usađenu dozu susretljivosti, srdačnosti te uzajamnog razumijevanja i poštovanja.

Mnoge svjetske destinacije se mogu pohvaliti svojom bogatom kulturnom baštinom i raznolikom zajednicom. Bilo da se radi o metropoli ili o manjem mjestu, u svakoj destinaciji žive ljudi iz svih društvenih slojeva, s različitim podrijetlom i jedinstvenim kulturnim tradicijama, stoga je važno istinski prihvatiti kulturnu raznolikost bilokoje zemlje. DMK bi također tu činjenicu

trebale uzeti u obzir ako putnici diljem svijeta žele stvoriti vezu s mjestima koja posjećuju. Shema 1. će prikazati primjere multikulturalnih marketinških kampanja u tri različite destinacije.

Shema 1: Primjeri multikulturalnih marketinških kampanja u turizmu



Izvor: izrada autorice prema Orioly, <https://orioly.com/destinations-time-to-focus-on-multicultural-travelers/> (preuzeto: 4.5.2024.)

Na Shemi 1. su prikazani primjeri koje su turističke zajednice Grenade, Izraela i Novog Zelanda kreirale posebnim kampanjama i marketinškim strategijama kako bi uključile razne kulturne zajednice u turizam i tako promovirale svoju zemlju. Cilj je bio pokazati koliko su u zemljama zastupljeni posjetitelji različitih nacionalnosti uključivanjem raznih kulturnih elemenata publike.

Bilo da se radi turističkim atrakcijama, kulturno-povijesnim znamenitostima kojima dominira nasljeđe, multikulturalnim manifestacijama i festivalima, autohtonoj kuhinji i gastro ponudi određene destinacije, do čitavog niza aktivnosti koje stvaraju sama destinacija kao iskustvo posjetitelja ili da se radi o hotelskom objektu koji ugošćuje ljude iz čitavog svijeta, ali i zapošljava razne djelatnike s kulturološkim razlikama, navedeni aspekti zahtijevaju pokušaj stvaranja turističkog okruženja kao multikulturalnog mjesta potrošnje i kao dio urbanog multikulturalnog

upravljanja. Premda postoji rizik da turizam svede mjesta na monokulture gdje nestaje kompleksnost koja ih čini zanimljivima, ugostiteljstvo i turizam općenito opslužuju raznoliku ponudu gostiju iz svih krajeva svijeta. Zapošljavanjem raznolike radne snage, hotelske grupacije, restorani i ostali ugostiteljski objekti, ali i turističke agencije i razni drugi pružatelji uslugu u turizmu, mogu iskoristiti znanje i razumijevanje različitih kultura, jezika i običaja.

4. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE – STAVOVI ZAPOSLENIKA HOTELA ADMIRAL O MULTIKULTURALIZMU

Već je unaprijed u teorijskom pregledu navedeno da se multikulturalizam u turizmu i ugostiteljstvu može promatrati s dva gledišta: sa strane turista koji putuje u strane destinacije gdje potom doživljava drukčiju kulturu, te sa strane multikulturalnih gostiju u ugostiteljstvu i načinu ophođenja prema njima. Turisti, bilo da se radi o domaćim ili stranim, ali i osoblje iz različitih sredina mogu iskustvo u destinaciji ili boravak u određenom objektu učiniti bogatijim, inkluzivnijim i zanimljivijim. Multikulturalizam donosi nove ideje, različite poglede i načine komuniciranja, što pomaže u stvaranju vrste autentičnih iskustava koje sami turisti i gosti traže. Kako bi se provjerio status multikulturalizma konkretno na primjeru ugostiteljskog objekta, odnosno hotela, istražili su se stavovi zaposlenika hotela Admiral u Zagrebu o multikulturalizmu na temelju mjernih ljestvica za ovu domenu. Provelo se empirijsko istraživanje na temelju anketnog upitnika gdje su subjekti istraživanja bili zaposelnici hotela Admiral.

4.1. Vrsta istraživanja i podataka

Analiziranje stavova djelatnika u hotelu Admiral u Zagrebu o multikulturalizmu se odvijalo pomoću uporabe anketnog upitnika kao instrumenta istraživanja gdje je cilj bio dobiti saznanja o multikulturalnim gostima u svakodnevnom ophođenju i poslovanju. Kako bi se potkrijepile iznesene misli i činjenice u teorijskom dijelu, kvalitativno istraživanje se odnosilo na samu hotelsku praksu, točnije kako hotelski djelatnici hotela Admiral gledaju na multikulturalnost, kako se ophode prema gostima različite vjere, rase i nacionalnosti, jesu li oni zahtjevniji kao gosti, educiraju li se o tome posebno, je li edukacija i dobar odnos s gostima bitno za njihov osobni aspekt i unaprjeđenje na poslu te smatraju li da se time podiže veći stupanj zadovoljstva gostiju i pružene kvalitete.

Analiziranje stavova zaposlenika hotela Admiral o multikulturalizmu se odvijalo pomoću uporabe anketnog upitnika kao glavnog instrumenta istraživanja gdje je cilj bio dobiti saznanja o načinu ophođenja prema gostima s kulturološkim razlikama. Analiza se temeljila na stvarnim izvorima, odnosno primarnim podacima s ciljem kako bi se potkrijepile misli navedene u teorijskom dijelu. Vrsta istraživanja je bila empirijsko koje se temeljilo na mjerenju pojava te su se zaključci studije izvlačili iz konkretnih empirijskih dokaza. Podaci su se uspoređivali s

prethodnim teorijskim poglavljima i postavljenim hipotezama. Dokazi u istraživanju su se prikupljali kvantitativnim istraživanjem tržišta sa svrhom ispitivanja uzročno-posljedične veze između postavljenih varijabli.

4.1.1. Kadrovi Admiral hotela

Admiral hotel posluje kao zaseban dio u sklopu Admiral casina, a cijeli objekt je obuhvaćen pod poduzećem Interigre d.o.o. Sam hotel Admiral ima razne djelatnike, ali budući da se radi o casino-hotelu, u istraživanje su bili uključeni i zaposlenici u casinu, budući da i tamo dolaze gosti iz cijelog svijeta. Subjekti istraživanja su bili kuhari, konobari, radnici u casinu, recepcionari, tehničari i menadžeri različitih odjela hotela.

4.1.2. Istraživačka pitanja i ciljevi istraživanja

Pitanja su obuhvatila općenito vrstu posla djelatnika, kakav je njihov doticaj s multikulturalnim gostima, kako se odnose prema njima i jesu li zahtjevniji, ispitati važnost indikatora kulturološke svijesti i osjetljivosti za postizanje zadovoljstva gostiju te odrediti stupanj utjecaja važnosti faktora kulturoloških razlika gostiju za uspješnost narednog poslovanja hotela.

Temeljni cilj je istražiti kakav je učinak predanosti menadžmenta promatranog hotela na stav zaposlenika kroz prakse edukacije, odnosno kako zaposlenici međusobno komuniciraju jedni s drugima o multikulturalnosti, imaju li dodatno osposobljavanje o navedenom, jesu li prethodno upoznati s obilježjima interkulturalnosti u turizmu te uče li nove zaposlenike o njihovoj važnosti, te prikazati kako se edukacijom zaposlenika o multikulturalnosti može osigurati povećanje prodaje i zadovoljstvo gostiju.

Pojedinačni ciljevi istraživanja su:

- Opisom i procjenom važnosti multikulturalizma, objasniti pojedina obilježja multikulturalnosti te kako ona utječu na današnju globalizaciju u suvremenom društvu, posebice u sektoru turizma i hotelijerstva s obzirom da su te djelatnosti jedinstvene po tome što prirodno djeluju u prostoru multikulturalnosti s raznolikom klijentelom, uzimajući u obzir rezultate dobivene empirijskim istraživanjem

- Razumijeti općenito ulogu multikulturalizma u hotelima jer gosti i osoblje iz različitih sredina donose različite perspektive konkretnom hotelu, te time poboljšati radne standarde i uvjete, primjerenu zaštitu na radnom mjestu te omogućiti konvergenciju različitih ideja

4.1.3. Područje istraživanja

Vrijeme istraživanja provođenja ankete je bilo u razdoblju od 23. travnja do 5.5.2024. godine u samom hotelu Admiral, a upitnik se slao putem poveznice zaposelnicima koji se prethodno upitnik izradio pomoću Google obrasca i analizirao metodama deskriptivne statistike, dok su rezultati istraživanja prikazani pomoću tabličnih i grafičkih prikaza.

Za potrebe ovog istraživanja korištena je metoda ispitivanja, a u tu svrhu kreiran je anketni upitnik koji je djelomično preuzet i prilagođen od stranih autora. Prethodna istraživanja na kojima je temeljena izrada anketnog upitnika, kao instrumenta za prikupljenje podataka su sljedeća:

- Bell, M. P. i Kravitz, D. A. (2008). From the Guest Co-Editors: What Do We Know and Need to Learn About Diversity Education and Training? *Academy of Management Learning & Education*, 7(3), 301-308.
- Paudel, U. R., Puri, S., Parajuli, S., Devkota, N. i Bhandari, U. (2021). Measuring cultural diversity impact in hospitality industry leadership: managerial communication perspective from five-star hotels in Kathmandu Valley, Nepal. *Journal of Tourism & Adventure*, 4(1), 75-88.
- Sucher, W. i Cheung, C. (2015). The relationship between hotel employees' cross-cultural competency and team performance in multi-national hotel companies. *International Journal of Hospitality Management*, 49, 93-104.

4.2. Ciljani uzorak istraživanja

Ciljna skupina ovog istraživanja su bile punoljetne osobe hrvatskog državljanstva koje su zaposlenici hotela Admiral, punoljetnim osobama oba spola. Područje istraživanja je hotel iz *Nacionalne klasifikacije djelatnosti 2007. – NKD 2007 – Djelatnosti pružanja smještaja te pripreme i usluživanja hrane (55.1. Hoteli i sličan smještaj)*. Reprezentativni uzorak bi odražavao njihove stavove i razmatranja o multikulturalizmu te kako osoblje komunicira i percipira s gostima različitih kultura u hotelu. Veličina uzoraka je ovisila o njihovoj želji i volji za sudjelovanjem, a

prikupilo se 26 pravilno ispunjenih anketa s različitim pozicijama. Uzorak se birao ciljano, a anketni upitnik su zaposlenici ispunjavali online putem poveznice.

4.2.1. Mjerni instrumenti

Radi istraživanja kreirana je anketa putem Google obrasca sa sveukupno 17 pitanja. Prvih pet pitanja je vezano uz demografski profil ispitanika i njihovu poziciju u hotelu, a idućih 4 pitanja se veže uz prethodna saznanja o multikulturalnim gostima u hotelu Admiral, odnosno s kakvim profilima gostiju se zaposlenici susreću, kakve kulturološke razlike prvo uočavaju te kako se prema njima ponašaju. Idućih sedam pitanja je uključivalo Likertove skale o utjecaju i važnosti multikulturalizma u hotelu i postupanja s gostima, odnosno o: indikatora kulturne svijesti i kulturne osjetljivosti kako kulturološke razlike kod gostiju utječu na daljnji razvoj karijere zaposlenika, zatim na indikatore izgradnje odnosa s njima, utjecaju kulturne raznolikosti iz perspektive upravljačke komunikacije, prednosti raznolikosti i multikulturalizma u hotelijerstvu, važnosti edukacije u hotelu Admiral o multikulturalnosti te o stupnju utjecaja važnosti faktora kulturoloških razlika kod hotelskih gostiju za buduće uspješno poslovanje hotela Admiral. Zadnje pitanje je bilo otvorenog tipa te su ispitanici davali zaključne misli o postupanju s multikulturalnim gostima i savjete kako ih razumijeti.

4.2.2. Metode statističke analize

Istraživanje je bilo empirijsko provedeno na ciljanom uzorku i temeljeno na metodama koje ovise o alatima za prikupljanje podataka i testiranje istih za dolazak do zaključaka. Isti ti alati za anketiranje iznimno su učinkovita tehnika koja se može koristiti za empirijske metode, a anketni uputnik je ovdje bio glavni korišteni instrument.

4.3. Valjanost i pouzdanost istraživanja

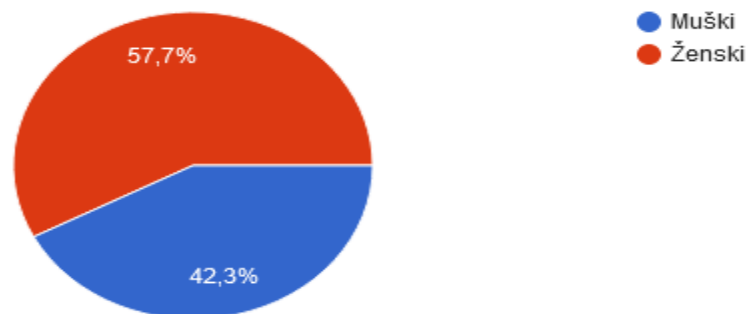
Kako bi se osigurala valjanost i pouzdanost rezultata, istraživanje je moguće ponoviti na većem broju ispitanika, posebice u ostalim hotelskim objektima kako bi se vidjelo kako se oni susreću s gostima s kulturološkim razlikama. Pri tome je pažljivo odabrati metodu i instrument prikupljanja podataka, prikupljati podatke iz reprezentativnog uzorka odgovarajuće veličine, analizirati podatke korištenjem deskriptivne statistike. Ukoliko bi se istraživanje provelo ponovno, anketa bi

trebala biti valjana i pouzdana te mjeriti isti konstrukt u različitim kontekstima i dati slične rezultate.

4.4. Interpretacija rezultata istraživanja

Empirijsko istraživanje se provelo s ciljem utvrđivanja uloge multikulturalizma u hotelu Admiral u Zagrebu u kojemu svakodnevno odsjedaju gosti iz različitih sredina koji donose različite perspektive hotelu, a zaposlenici su ti koji su u direktno doticaju s njima. Samo ispitivanje bilo je samovoljno i anonimno, a u nastavku će biti predstavljeni rezultati istraživanja, pomoću grafičkih rješenja.

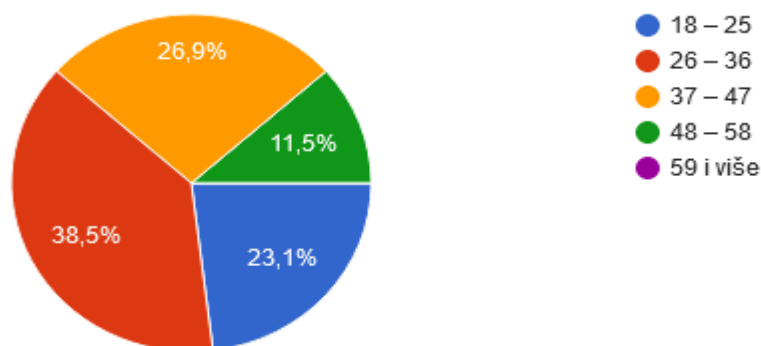
Grafikon 1: Struktura ispitanika prema spolu



Izvor: izrada autorice

Među ispitanicima je prevladavao ženski spol (15), dok je ispitanika muškog spola bilo u manjoj mjeri (11).

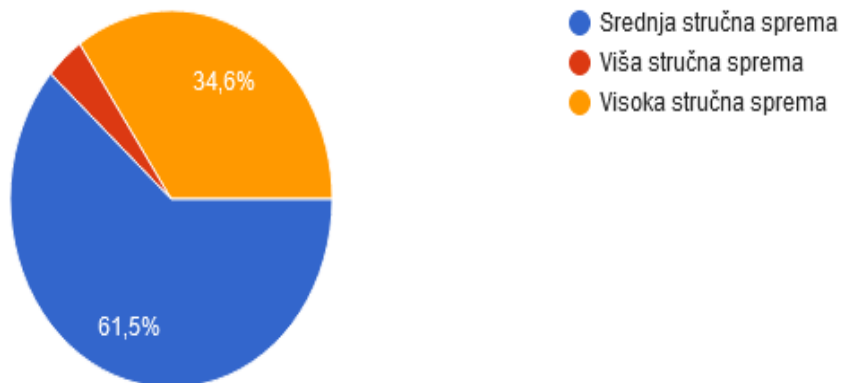
Grafikon 2: Struktura ispitanika prema dobi



Izvor: izrada autorice

Najviše je bilo ispitanih zaposlenika u hotelu Admiral u dobi od 26-36 godina (10). Slijede zaposlenici od 37-47 godina (7). Ispitanika od 18-25 godina ima sveukupno 6, dok je najmanje ispitanih u dobi od 48-58 godina (3). Dob od 59 i više godina nije vidljiva te nijedan zaposlenik nije bio star iznad 58 godina.

Grafikon 3: Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja



Izvor: izrada autorice

Srednju stručnu spremu ima najveći postotak ispitanih zaposlenika hotela Admiral, njih sveukupno 16, dok visoku stručnu spremu ima njih 9, a samo jedan ispitanik višu stručnu spremu.

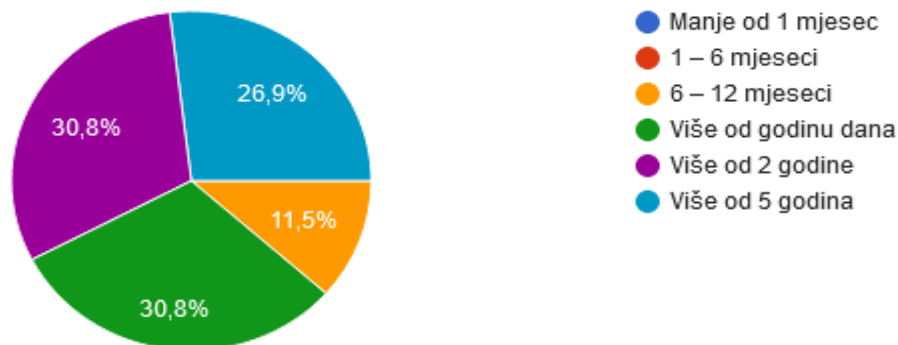
Tablica 4: Struktura ispitanika prema radnoj poziciji u hotelu Admiral

RADNA POZICIJA	BROJ ISPITANIKA
Spremačica	-
Sobarica	1
Kuhar/pomoćni kuhar	1
Konobar u The Baru	1
Konobar u Taurus restoranu	2
Recepcionar	6
Voditelj recepcije	1
Tehničar/održavanje	2
Casino operater	4
Casino krupje	3
Zaštitar u casinu	2
Menadžer odjela	2
Voditelj hotela	1
Zaposlenik u upravi (kadrovska, financije, marketing...)	0
UKUPNO	26

Izvor: izrada autorice

Prema Tablici 4. se može zaključiti kako je najviše ispitanika bilo iz odjela recepcije, točnije njih 6. Slijede casino operatre i krupjei. Nijedna spremačica nije sudjelovala u istraživanju, kao nijedan zaposlenik u upravi. Razlog tome je što obje pozicije gotovo da i nemaju kontakt s gostima uopće.

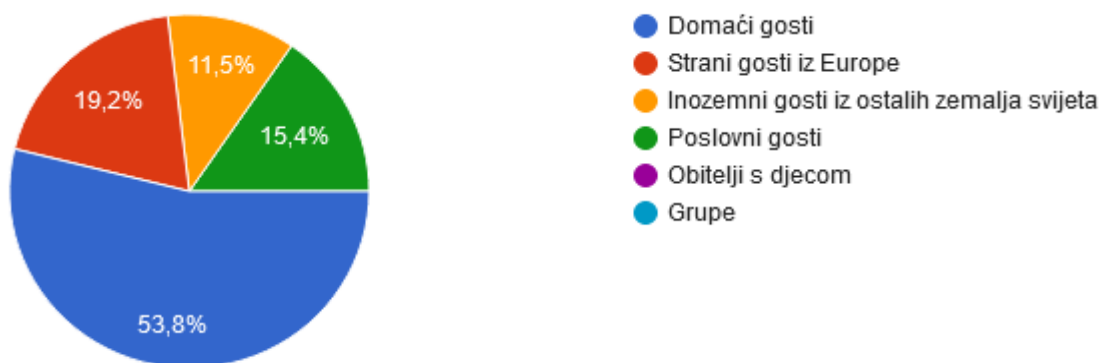
Grafikon 4: Struktura ispitanika prema periodu zaposlenosti u hotelu Admiral



Izvor: izrada autorice

Podjednaki broj zaposlenika je zaposleno više od 2 godine u hotelu Admiral, kao i više od godinu dana, sveukupno 16 zaposlenika. Čak 7 zaposlenika je zaposleno više od 5 godina, dok je najmanje njih zaposleno 6-12 mjeseci (3).

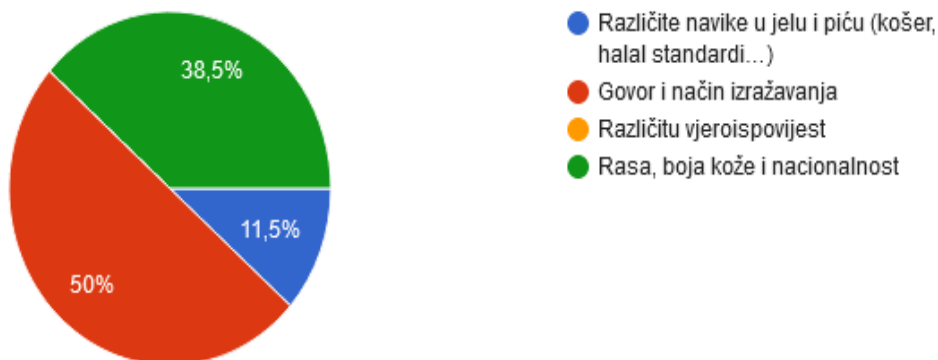
Grafikon 5: Struktura profila gostiju u hotelu/casinu



Izvor: izrada autorice

Zaposlenici hotela Admiral navode kako je najviše domaćih gostiju, dok ostali misle kako ima najviše stranih gostiju iz Europe, poslovnih gostiju i inozemnih gostiju iz ostalih zemalja svijeta. Nijedan zaposlenik ne smatra kako su najčešći profil putnika obitelji s djecom i grupe.

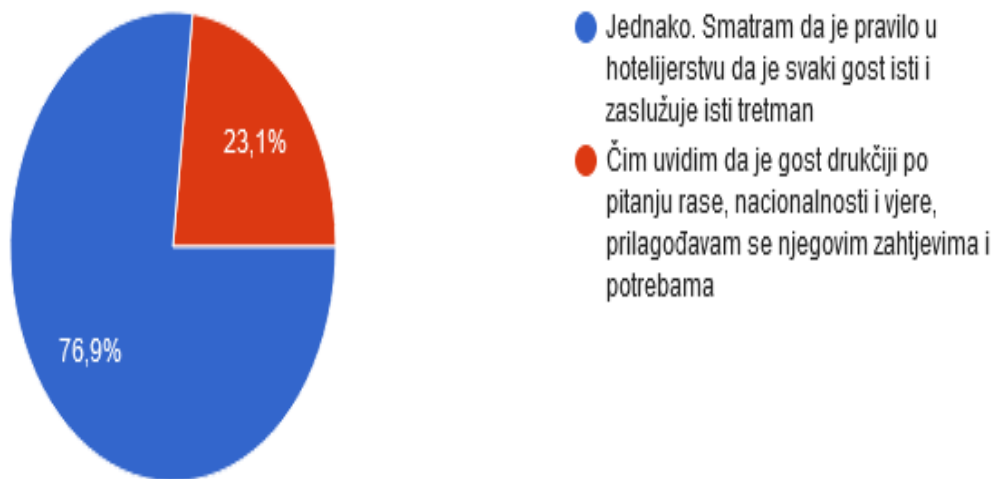
Grafikon 6: Kulturološke razlike koje zaposlenici u hotelu Admiral najviše uočavaju kod gostiju



Izvor: izrada autorice

Polovica ispitanika navodi kako prvo primijete kod gostiju drukčiji govor i način izražavanja (13), dok 10 zaposlenih tvrdi da prvo primijete rasu, boju kože i nacionalnost. Samo tri djelatnika ističu kako prvo primijete kod gostiju različite navike u jelu i piću.

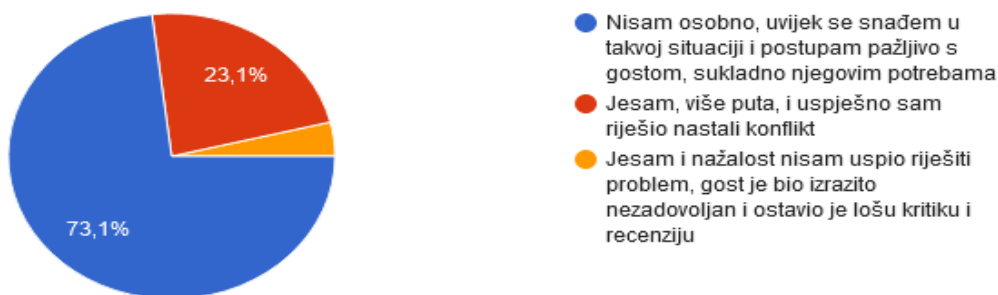
Grafikon 7: Ponašanje prema multikulturalnim gostima od strane zaposlenika hotela Admiral



Izvor: izrada autorice

Čak 20 djelatnika hotela Admiral navodi kako prema multikulturalnim gostima postupa jednako s istim tretmanom, dok ostatak djelatnika (6) ističe da čim uvide kako je gost drukčiji, prilagođavaju se njegovim potrebama.

Grafikon 8: Mogući sukob (problem) s gostom koji je različite vjere, nacionalnosti i rase od strane zaposlenika hotela Admiral



Izvor: izrada autorice

19 zaposlenika se nikad nije našlo osobno u konfliktu s gostom koji je različite vjere, nacionalnosti i rase, dok se njih 6 našlo više puta i uspješno riješio nastali problem. Samo jedan ispitanik nažalost nije navedeni konflikt uspio riješiti.

Iduća skupina pitanja, točnije od 10. do 16. pitanja, odnosila se na utvrđivanje stavova utjecaja kulturoloških razlika kod gostiju s naglaskom na osobni razvoj djelatnika, veću potrebu za edukacijom o navedenom i prednostima za buduće poslovanje hotela Admiral. Za mjerenje stavova turista korištena je Likertova ljestvica od 5 stupnjeva.

Tablica 5: Ocjena stavova ispitanika o utjecaju indikatora kulturne svijesti kako kulturološke razlike kod gostiju utječu na daljnji razvoj u karijeri djelatnika

TVRDNJE	OCJENE					Prosječna ocjena	Standardna devijacija
	1	2	3	4	5		
Točnost u vrednovanju multikulturalnog znanja	5	3	7	7	4	3,08	1,35
Primjena kulturnog znanja	3	4	6	7	6	3,35	1,32
Prihvatljivi izbori i posljedice u drugim kulturama	4	4	8	6	4	3,08	1,29
Više poštovanje prema svojoj vlastitoj kulturi	3	5	6	4	8	3,35	1,41
Svijest o normama i tabuima drugih kultura	4	4	6	5	7	3,27	1,43

Napomena: 1 – uopće ne utječe, 5 – u potpunosti utječe

Izvor: izrada autorice na temelju analize podataka

Tablica 5. prikazuje stavove ispitanika o utjecaju indikatora kulturne svijesti kako kulturološke razlike kod gostiju utječu na njihov daljnji razvoj u karijeri. Većina ispitanika je ovdje imala neutralan stav, a najviše prosječne ocjene imaju tvrdnje *Primjena kulturnog znanja* i *Više poštovanje prema svojoj vlastitoj kulturi* (3,35). Rezultati ukazuju kako se ispitanici najmanje slažu da *Točnost u vrednovanju multikulturalnog znanja* i *Prihvatljivi izbori i posljedice u drugim kulturama* utječu na njihov daljnji razvoj u karijeri.

Tablica 6: Ocjena stavova ispitanika o indikatorima kulturne osjetljivosti kako kulturološke razlike kod gostiju utječu na daljnji razvoj u karijeri djelatnika

TVRDNJE	OCJENE					Prosječna ocjena	Standardna devijacija
	1	2	3	4	5		
Cijenim vlastitu sposobnost prilagodbe različitim međukulturalnim susretima	2	3	6	9	6	3,54	1,21
Stvara se harmoničan odnos s multikulturalnim gostima	3	3	5	10	5	3,42	1,27
Veće samopouzdanje za rad s drugim kulturama	3	4	5	6	8	3,46	1,39
Sposobnost rada u timu u kojem su članovi iz drugih kultura	3	4	3	7	9	3,58	1,42
Primjerena prilagodljivost neverbalnog ponašanja	2	3	6	8	7	3,58	1,24
Povjerenje u socijalizaciji s multikulturalnim gostima	2	5	5	8	6	3,42	1,27

Napomena: 1 – uopće ne utječe, 5 – u potpunosti utječe

Izvor: izrada autorice na temelju analize podataka

Sukladno rezultatima prikazanim u Tablici 6., ispitanici su se najviše složili s tvrdnjama kako *Sposobnost rada u timu u kojem su članovi iz drugih kultura* i *Primjerena prilagodljivost neverbalnog ponašanja* (3,58) utječu na daljnji razvoj u karijeri, ovisno o kulturnoj osjetljivosti.

Tablica 7: Ocjena stavova ispitanika o indikatorima izgradnje odnosa kako kulturološke razlike kod gostiju utječu na daljnji razvoj u karijeri djelatnika

TVRDNJE	OCJENE					Prosječna ocjena	Standardna devijacija
	1	2	3	4	5		
Lakoća uspostavljanja prijateljstva s gostima različitih kultura	2	4	6	8	6	3,46	1,24
Užitak rada s kulturno raznolikim gostima	4	3	5	8	6	3,35	1,38
Uživanje u interkulturalnoj interakciji	4	4	3	9	6	3,35	1,41
Sposobnost opisivanja vlastitog kulturnog ponašanja	2	5	4	9	6	3,46	1,27
Sposobnost suprotstavljanja aspekata drugih kultura vlastitoj	2	4	6	8	6	3,46	1,24

Napomena: 1 – uopće ne utječe, 5 – u potpunosti utječe

Izvor: izrada autorice na temelju analize podataka

Prema stavovima ispitanika u Tablici 7. može se zaključiti kako tvrdnje *Lakoća uspostavljanja prijateljstva s gostima različitih kultura*, *Sposobnost opisivanja vlastitog kulturnog ponašanja* i *Sposobnost suprotstavljanja aspekata drugih kultura vlastitoj*, imaju iste prosječne ocjene (3,46). Rezultati su također pokazali kako se ispitanici najmanje slažu (3,35) kako indikator *Užitak rada s kulturno raznolikim gostima* i *Uživanje u interkulturalnoj interakciji* najmanje utječu na izgradnju odnosa kao kulturološke razlike kod gostiju.

Tablica 8: Ocjena stavova ispitanika o utjecaju kulturne raznolikosti iz perspektive upravljačke komunikacije

TVRDNJE	OCJENE					Prosječna ocjena	Standardna devijacija
	1	2	3	4	5		
Važnost komunikacije u trenutku služenja gosta s kulturološkim razlikama i rada u timu uz koordinaciju	1	5	4	5	11	3,77	1,31
Komunikacija pomaže menadžeru da postavi ciljeve hotela ili njihovog odjela	3	2	5	6	10	3,69	1,38
Učinkovita komunikacija s multikulturalnim gostima čini goste zadovoljnijima i pomaže u postizanju ciljeva hotela	2	2	4	7	11	3,88	1,28
Uz pomoć učinkovite komunikacije s gostom, lakše se rješavaju moguće nesuglasice i nezadovoljstvo	1	3	4	8	10	3,88	1,18
Komunikacija s gostima koja razmjenjuje potrebne ideje postaje lakša	1	3	4	9	9	3,85	1,16

Napomena: 1 – u potpunosti je nevažno, 5 – u potpunosti je važno

Izvor: izrada autorice na temelju analize podataka

Većina ispitanika smatra kako tvrdnje *Učinkovita komunikacija s multikulturalnim gostima čini goste zadovoljnijima i pomaže u postizanju ciljeva hotela* i *Uz pomoć učinkovite komunikacije s gostom, lakše se riješavaju moguće nesuglasice i nezadovoljstvo* (3,88) imaju važan utjecaj kulturne raznolikosti iz perspektive upravljačke komunikacije (Tablica 8.). Ispitanici se najmanje slažu da komunikacija pomaže menadžeru da postavi ciljeve hotela (3,69).

Tablica 9: Ocjena stavova ispitanika o prednostima raznolikosti i multikulturalizma u hotelijerstvu

TVRDNJE	OCJENE					Prosječna ocjena	Standardna devijacija
	1	2	3	4	5		
Podizanje svijesti o raznim kulturnim razlikama diljem svijeta	2	1	4	9	10	3,92	1,20
Bolja produktivnost i donošenje odluka kod osoblja	1	4	3	11	7	3,73	1,15
Povećane mogućnosti za marketing hotela – oglašavanje koje je raznovrsnije u svojoj zastupljenosti, s različitim etničkim pripadnostima	1	3	8	8	6	3,58	1,10
Stvaranje pozitivnog imidža i brenda za hotel brend poslodavca	1	1	5	8	11	4,04	1,08
Ljudskiji, tolerantniji i progresivniji radnici i radna okolina, što je odlično za privlačenje budućih talenata	1	2	7	8	8	3,77	1,11
Zadovoljniji gosti i pozitivne recenzije za hotel i njegovu reputaciju	1	1	6	8	10	3,96	1,08

Napomena: 1 – u potpunosti se ne slažem, 5 – u potpunosti se slažem

Izvor: izrada autorice na temelju analize podataka

Prema stavovima ispitanika o prednostima raznolikosti i multikulturalizma u hotelijerstvu (Tablica 9.), većina ispitanika su istaknuli kako se u potpunosti slažu da multikulturalizam utječe najviše na stvaranje pozitivnog imidža i brenda za hotel (4,04). Najmanje važan element su bile povećane mogućnosti za marketing hotela kroz oglašavanje s različitim etničkim pripadnostima (3,58).

Tablica 10: Ocjena stavova ispitanika o važnosti edukacije u hotelu Admiral o multikulturalnosti

TVRDNJE	OCJENE					Prosječna ocjena	Standardna devijacija
	1	2	3	4	5		
Smatram da bi trebalo u hotelu biti više edukacije i treninga o samim kulturološkim razlikama	2	1	9	5	9	3,69	1,23
Edukacijom o multikulturalnosti moguć je bolji odnos prema gostima	3	9	3	11	0	3,85	1,12
Većim treninzima kroz webinare i workshopove o multikulturalizmu postiže se bolji odnos prema gostu	3	1	9	4	9	3,58	1,33
Pomoću edukacije o promicanju multikulturalne raznolikosti u hotelu, također se postiže skladniji odnos s kolegama	2	2	9	5	8	3,58	1,24

Napomena: 1 – u potpunosti je nevažno, 5 – potpunosti je važno

Izvor: izrada autorice na temelju analize podataka

Prema stavovima ispitanika u Tablici 10. o važnosti edukacije o multikulturalnosti u hotelu Admiral, većina ispitanika se slaže kako je edukacijom o multikulturalnosti moguć bolji odnos prema gostima (3,85), dok podjednaki broj smatraju treninze i webinare o multikulturalizmom manje važnima.

Tablica 11: Ocjena stavova ispitanika o stupnju utjecaja važnosti faktora kulturoloških razlika kod hotelskih gostiju za buduće uspješno poslovanje hotela

TVRDNJE	OCJENE					Prosječna ocjena	Standardna devijacija
	1	2	3	4	5		
Nakon rezervacije, pripremiti određene posebne zahtjeve gostiju koje oni mogu zatražiti (halal hrana, minibar bez alkohola i sl.)	0	2	8	10	6	3,77	0,91
Uočavanje i prilagodba osoblja kulturološkim razlikama gostiju	0	2	10	7	7	3,73	0,96
Svjesnost što takvi gosti žele i traže	1	2	10	6	7	3,58	0,99
Označavanje kulturoloških razlika kao segment na koji hotel mora obratiti posebnu pozornost radi zadovoljstva gostiju	1	1	11	8	5	3,62	1,10
Unaprijed prilagođavati hotelsku uslugu multikulturalnim gostima	1	3	9	7	6	3,54	1,10
Ukoliko se ne vodi računa o multikulturalizmu, dolazi se do negativnih iskustava i loših recenzija	1	4	11	5	5	3,35	1,09

Napomena: 1 – uopće ne utječe, 5 – u potpunosti utječe

Izvor: izrada autorice na temelju analize podataka

Prema rezultatima iz Tablice 11. na pitanje o ocjeni stavova ispitanika o stupnju utjecaja važnosti faktora kulturoloških razlika kod hotelskih gostiju za buduće uspješno poslovanje hotela, koje je ujedno i predzadnje pitanje u anketnom obrascu, može se zaključiti kako većina na budućnost

gleda kroz uočavanje i prilagodbu osoblja kulturološkim razlikama gostiju (3,73). Rezultati su također pokazali kako najmanje ispitanika smatra da ukoliko se ne vodi računa o multikulturalizmu u hotelu, dolazi se do negativnih iskustava i loših recenzija (3,58).

Posljednje pitanje u anketnom upitniku je bilo otvorenog tipa te su ispitanici upisivali završne misli, gledano s globalnog aspekta, o postupanju s multikulturalnim gostima i savjeti kako razumijeti, odnosno predvidjeti njihove potrebe, te kako prilagoditi usluge hotela gostima kulturoloških razlika. Odgovori su bili različiti, premda većina na to pitanje nije ništa odgovorila. Ostali su istaknuli kako ophođenje prema njima treba biti u neutralno i potruditi se da svi dožive boravak u hotelu na najbolji mogući način. Svaki gost je poseban i važan sam po sebi te je zato važno da hotel i njegovo osoblje uspiju prepoznati njihove potrebe. Unatoč tome, važno je da hotel zna prilagoditi svoje usluge i pristup takvim gostima, bilo da je riječ o hrani, minibaru ili jednostavno njihovoj vjeri i ponašanju. Jednako je važno uvažavati multikulturalne razlike kako u djelatnika, tako i u gostiju hotela, odnosno casina. Naravno, kod odgovora djelatnika se ističu i razmišljanja da gostima treba pružiti uslugu na temelju njihovih kulturoloških razlika i prema potrebi, ali im ne podilaziti na uštrb kvalitete usluge prema drugim gostima.

Rezultati istraživanja ukazuju i na činjenicu da je ugostiteljstvo kao sektor odabran kao jedan od načina učenja multikulturalizma i za rješavanje problema netolerancije sa svim svojim aspektima koji ima veliki potencijal, posebno na gospodarskom planu, jer turistički sektor može biti jedno od rješenja za smanjenje nezaposlenosti, siromaštva, povećanje gospodarskog rasta, povećanje rasta i blagostanja. Temeljem postavljenih pitanja i prikazom rezultata, postavljene hipoteze u uvodu diplomskog rada su testirane temeljem dobivenih rezultata empirijskog istraživanja (Tablica 12.).

Tablica 12: Testiranje hipoteza

	HIPOTEZE	DOKAZANO/OPOVRGNUTO
Temeljna hipoteza	Multikulturizam u turizmu stvara pozitivnije radno okruženje, povećava zadovoljstvo poslom, uključuje različite procese u donošenju odluka, potiče kreativne ideje i pomaže zaposelnicima da bolje razumiju potrebe gosta	DOKAZANO
Pomoćna hipoteza 1.	Glavna svrha multikulturalizma je da se ljudi iz različitih kultura i podrijetla okupljaju kako bi formirali društvo u kojem se svatko osjeća cijenjenim i poštovanim	DOKAZANO
Pomoćna hipoteza 2.	Uz multikulturalno radno mjesto, turistički djelatnici mogu naučiti učinkovitije komunicirati s gostima, što može pozitivno koristiti timskom radu, smanjujući nesporazume i stvarajući skladnije radno okruženje	DOKAZANO
Pomoćna hipoteza 3.	Radeći s ljudima iz različitih kulturnih sredina, svi zaposlenici hotela Admiral ostvaruju profesionalnu korist, poboljšavajući kvalitetu hotelskih usluga, uz veću potrebu za edukacijom o multikulturalizmu	DOKAZANO

Izvor: izrada autorice

Naposljetku se može zaključiti kako su fleksibilnost i otvorenost za prilagodbe bitan faktor. Potrebno je biti otvoren za povratne informacije gostiju i biti spreman prilagoditi usluge prema njihovim potrebama i željama. Kroz ove pristupe, hotel može stvoriti ugodno okruženje koje cijeni i poštuje raznolikost gostiju, čime se osigurava njihovo zadovoljstvo i lojalnost. Ipak, s druge strane, svaki gost koji pripada drugačijoj kulturi treba se isto tako i više prilagoditi kulturi države, grada i hotela u koji je došao. Naravno sve treba poštovati, profesionalno i ljudski se odnositi prema svim kulturama, s druge strane bitna je i edukacija hotelskih djelatnika.

Glede ograničenja istraživanja, prikupilo se 26 pravilno ispunjenih obrazaca anketa te se radi o vrlo malom uzorku, a i malom vremenskom periodu. Osim navedenog, kao ograničenje valja

još napomenuti i fokus istraživanja koji je usmjeren samo na hotel Admiral u Zagrebu, koji ima malo zaposlenika i hotelskih kapaciteta, te bi bilo poželjno saznati kako na multikulturalnost gledaju i zaposlenici u većim hotelima, posebice u onima iz poznatih hotelskih grupacija.

5. ZAKLJUČAK

Multikulturalizam je tema o kojoj se često raspravlja, pogotovo što se tiče različitih skupina ljudi u različitim nacijama. Važno je razumjeti i cijeniti te razlike jer to pomaže u izgradnji snažnog društva, iako još uvijek postoje određene kritike multikulturalnosti. Specifična prava su potrebna kako bi se uvažile trajne kulturne razlike koje se sastoje od svih različitih čimbenika koji čine pojedinca, uključujući rasu, etničku pripadnost, dob, spol, kulturu, religiju, osobnost, društveni status i seksualnu orijentaciju, a sam multikulturalizam označava skupinu različitih pojedinaca iz različitih kultura ili društava. Turizam je nadaleko poznat kao multikulturalna pojava, odnosno skup odnosa i pojava različitih kultura, nacija, vjera, rasa, jezika, raznih država, običaja tradicija i sl. Upravo zbog toga multikulturalizam i turizam su usko povezani pojmovi gdje se pruža prilika za kulturnu razmjenu, a nositelji su turisti i domicil koji uče jedni od drugih. Multikulturalna društva i turizam objedinjavaju razne etničke i vjerske manjinske imigrantske kulture, manjinske i autohtone narode, te naravno kulture, tradicije i običaje.

U procesu multikulturalnosti koncepti različitih karakteristika multikulturalizma pozivaju na sigurnost i društvenu koheziju, što istovremeno dopušta i povećanu kontrolu različitosti usvajanjem nediskriminirajućih zakona i praksi. Ujedno, multikulturalna društva imaju vlastita uvjerenja i interese koje mogu dijeliti kako bi ponudile alternativne načine obavljanja stvari. Danas, kao rezultat internacionalizacije, mnogi ljudi iz različitih zemalja i etničkih podrijetla žive u istom gradu, bilo stalno ili privremeno, sa stanovnicima. Može se zaključiti da su obilježja multikulturalizma inovativnost i kreativnost, poslovni razvoj i gospodarski rast, osjećaj zajednice, itd., što su ujedno i sami benefiti multikulturalnog društva.

Odličan primjer multikulturalizma može se vidjeti u sektoru pružanja usluga smještaja, odnosno u ugostiteljstvu, i to s dva aspekta: sa stajališta gostiju koji se razlikuju po svom identitetu, rasi, nacionalnosti, jeziku i vjeri, odnosno raznih putnika koji posjećuju turističku destinaciju kako bi doživjeli novo iskustvo i avanturu, te sa strane multikulturalnih zaposlenika u hotelskim i objektima i ostalim turističkim poduzećima. Oba stajališta su važna s obzirom da se u multikulturalnim zajednicama ljudi zadržavaju, prenose, slave i dijele svoje jedinstvene kulturne načine života, jezike, umjetnost, tradiciju i ponašanja, stoga se glavne karakteristike multikulturalizma u turizmu mogu pronaći unutar kulturne raznolikosti.

Kako na multikulturalizam gledaju sami djelatnici općenito u konkretnom hotelu, istraženo je u ovom diplomskom radu na temelju empirijskog istraživanja pomoću anketnog upitnika u kojemu je sudjelovalo 26 ispitanika koji su zaposlenici hotela Admiral u Zagrebu, koji je bio glavno područje istraživanja. Istraživanje o stavovima zaposlenika hotela Admiral o multikulturalizmu je na temelju sveukupno 17 pitanja istražilo različita razmišljanja raznih profila djelatnika: recepcionara, sobarica, konobara, kuhara, djelatnika u casinu, tehničara i menadžera odjela.

Odgovori su potvrdili kako zaposlenici smatraju da su najbrojniji domaći gosti iz Hrvatske, te da prvo što uoče kod gostiju s kulturološkim razlikama su govor i način izražavanja. Većina ispitanika se prema tim gostima ponaša jednako te smatraju da je pravilo u hotelijerstvu da svaki gost zaslužuje isti tretman. Također, većina njih nije osobno naišla na sukob s takvim gostima te su se uvijek snašli u takvoj situaciji i postupili pažljivo s gostom, sukladno njegovim potrebama. Odgovori su također potvrdili kako većina zaposlenika smatra kako je potrebno uočiti kulturološke razlike kod gostiju i prilagoditi se njima, što je ključno za uspješno buduće poslovanje hotela Admiral. Multikulturalnost može značajno utjecati na komunikacijske probleme u timu i s gostima, neprihvatanje potreba i očekivanja kolega i kupaca, nedostatak povjerenja, poštovanja i razumijevanja, a prije svega stereotipno poimanje predstavnika drugih kultura. Treba uvijek na prvu biti pristojan i saslušati gosta bez obzira odakle on dolazi, a svaki se problem i nesuglasica mogu riješiti.

6. LITERATURA

KNJIGE:

Barry, B. (2006). *Kultura i jednakost: egalitarna kritika multikulturalizma*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk

Borovac Pečarević, M. (2014). *Perspektive razvoja europske kulturne politike: interkulturni dijalog i multikulturalnost*, Zagreb: AGM

Gunjević, B. i Matvejević, P. (2010). *Tko je tu, odavde je: povijest milosti*, Zagreb: Naklada Ljevak

Ivaniš, M. (2015). *Poslovna etika i duhovnost u procesu korporativnoga upravljanja: novi pristup strateškom menadžmentu u doba multikulturalizma*, Rijeka: Naklada Kvarner

Jelinčić, D. A., Gulišija, D. i Bekić, J. (2010). *Kultura, turizam, interkulturalizam*, Zagreb: Institut za međunarodne odnose: Meandarmedia

Kymlicka, W. (2003). *Multikulturalno građanstvo: liberalna teorija manjinskih prava*, Zagreb: Naklada Jesenski i Turk

Levi-Strauss, C. (2013). *Antropologija i moderni svijet*, Zagreb: TIM press

Magris, C. (2016). *Al' povijesti nije kraj: etika, politika, svjetovnost*, Zaprrešić: Fraktura

Oštarić, A., Blagoni, R. i Poropat Jeletić, N. (2018). *Multikulturalizam i popis stanovništva: etnolingvističke, demografske i političke perspektive*, Pula: Sveučilište Jurja Dobrile

POGLAVLJA U KNJIZI:

May, S. (2009). *Critical multiculturalism and education*. In *The Routledge international companion to multicultural education*, Routledge, 33-48.

Purwani, T. i Arvianti, I. (2020). *The Economic Empowerment Model of Multicultural Society*. In *The 2nd Tarumanagara International Conference on the Applications of Social Sciences and Humanities (TICASH 2020)* Atlantis Press, 171-178.

ČLANCI:

Aneta, B. (2013). Multiculturalism as important characteristic of contemporary education. *International Journal of Cognitive Research in science, engineering and education*, 1(1), 51-56. <https://doaj.org/article/4887a5a86f314ace86268faf03b5e445>

Astuti, T. M. P., Kurniawan, E., Setyowati, D. L., Syifauddin, M. i Machmud, A. (2019). Living tourism and tolerance tourism of a multicultural society in lasem, rembang, central Java. *Internafional Journal of Innovafion, Creafvity and Change*, 8(6), 319-331., https://www.ijicc.net/images/vol8iss6/8624_Astuti_2019_E_R.pdf

Bacsi, Z. (2017). Tourism and diversity. *Deturope*, 9(2), 25-57. www.deturope.eu/img/upload/content_64482543.pdf

Bell, M. P. i Kravitz, D. A. (2008). From the Guest Co-Editors: What Do We Know and Need to Learn About Diversity Education and Training? *Academy of Management Learning & Education*, 7(3), 301-308. <https://doi.org/10.5465/amle.2008.34251669>

Bogeljić, M. i Sršen, A. (2014). Multikulturalizam u Europi danas–novi rascjepi granica identiteta i prava. *Međunarodne studije*, 14(1), 103-118. <https://hrcak.srce.hr/143089>

Burkiewicz, Ł. i Knap-Stefaniuk, A. (2022). Multiculturalism as a challenge for contemporary Leadership—an Analysis within the context of Hotel Management in the 21st century. *Perspektywy Kultury*, 38(3), 411-424. <https://doi.org/10.35765/pk.2022.3803.25>

Colombo, E. (2015). Multiculturalisms: An overview of multicultural debates in western societies. *Current Sociology*, 63(6), 800-824. <https://doi.org/10.1177/0011392115586802>

Dalton, J. C. i Crosby, P. C. (2013). Diversity, multiculturalism, and pluralism: Moving from hospitality and appreciation to social inclusion on campus and beyond. *Journal of College and Character*, 14(4), 281-288. <https://doi.org/10.1515/jcc-2013-0037>

Gong, Y. (2008) *Managing cultural diversity in hospitality industry*. UNLV Theses, Dissertations, Professional Papers, and Capstones. 480. <http://dx.doi.org/10.34917/1688179>

Gozdecka, D. A., Ercan, S. A. i Kmak, M. (2014). From multiculturalism to post-multiculturalism: Trends and paradoxes. *Journal of Sociology*, 50(1), 51-64. <https://doi.org/10.1177/1440783314522191>

Jayanti i sur. (2023). Multiculturalism in Paradise: Emerging Ethnicity, Religion, Belief and Tourism in Bali. *RES MILITARIS*, 13(3), 2649-2666. <https://resmilitaris.net/index.php/resmilitaris/article/view/3850>

Josefová, A. i Štýrský, J. (2016). Multiculturalism in current tourism: Can tourism and travelling help to improve tolerance and understanding? *In SHS Web of Conferences* (Vol. 26, p. 01052). EDP Sciences, 1-4. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20162601052>

Lee, I. S., Arcodia, C. i Lee, T. J. (2012). Key characteristics of multicultural festivals: A critical review of the literature. *Event Management*, 16(1), 93-101. <https://doi.org/10.3727/152599512X13264729827758>

Malik, R., Madappa, T. i Chitranshi, J. (2017). Diversity management in tourism and hospitality: an exploratory study. *Foresight*, 19(3), 323-336. <https://doi.org/10.1108/FS-12-2016-0058>

Manoharan, A., Gross, M. i Sardeshmukh, S. (2013). Ethnic diversity in hospitality firms: A conceptual framework and research propositions. *Tourism and global change: On the edge of something big*, 505-516. <https://hdl.handle.net/1959.8/156467>

Máthé, I. (2018). Multiculturality and interculturality in tourism. *Valahian Journal of Economic Studies*, 9(1), 39-46. DOI:10.2478/vjes-2018-0004

Mihajlović, I. i Krželj-Čolović, Z. (2014). The impact of globalisation on the development of tourism within social and economic changes. *European Scientific Journal*, 2(1), 108-120. <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/4014/3825>

Modood, T. (2020). Multiculturalism as a New Form of Nationalism? *Nations and Nationalism*, 26(2), 308-313. <https://doi.org/10.1111/nana.12571>

Mohamed, B., Mustafa, R. A. i Rahim, A. (2005). Heritage tourism in a multicultural society: The case of Malaysia. *Proceedings of 3rd Global Summit on Peace through Tourism*, Pattaya, Thailand, 2, 141-147.

Sobh, R., Belk, R. W. i Wilson, J. A. (2013). Islamic Arab hospitality and multiculturalism. *Marketing Theory*, 13(4), 443-463. <https://doi.org/10.1177/1470593113499695>

Villotti, P., Stinglhamber, F. i Desmette, D. (2019). The influence of multiculturalism and assimilation on work-related outcomes: differences between ethnic minority and majority groups of workers. *Psychologica Belgica*, 59(1), <https://doi.org/10.5334%2Fpb.472>

Lee, I. S., Arcodia, C. i Lee, T. J. (2012). Key characteristics of multicultural festivals: A critical review of the literature. *Event Management*, 16(1), 93-101. <https://doi.org/10.3727/152599512X13264729827758>

Paudel, U. R., Puri, S., Parajuli, S., Devkota, N. i Bhandari, U. (2021). Measuring cultural diversity impact in hospitality industry leadership: managerial communication perspective from five star hotels in Kathmandu Valley, Nepal. *Journal of Tourism & Adventure*, 4(1), 75-88. <https://doi.org/10.3126/jota.v4i1.40680>

Purwani, T. i Arvianti, I. (2020). Constructing harmonization of multicultural society. *Social Science Learning Education Journal*, 5(06), 157-170. <http://sslej.in/index.php/sslej/article/download/3418/3018/6730>

Song, S. (2010). *Multiculturalism*, <https://plato.stanford.edu/entries/multiculturalism/>

Sucher, W. i Cheung, C. (2015). The relationship between hotel employees' cross-cultural competency and team performance in multi-national hotel companies. *International Journal of Hospitality Management*, 49, 93-104. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.05.007>

INTERNET IZVORI:

Encyclopædia Britannica, www.britannica.com/topic/multiculturalism (22.3.2024.)

Orioly, <https://orioly.com/destinations-time-to-focus-on-multicultural-travelers/> (4.5.2024.)

POPIS GRAFIKONA, SHEMA I TABLICA

GRAFIKONI:

Grafikon 1: Struktura ispitanika prema spolu.....	35
Grafikon 2: Struktura ispitanika prema dobi	35
Grafikon 3: Struktura ispitanika prema stupnju obrazovanja	36
Grafikon 4: Struktura ispitanika prema periodu zaposlenosti u hotelu Admiral	37
Grafikon 5: Struktura profila gostiju u hotelu/casinu	37
Grafikon 6: Kulturološke razlike koje zaposlenici u hotelu Admiral najviše uočavaju kod gostiju	38
Grafikon 7: Ponašanje prema multikulturalnim gostima od strane zaposlenika hotela Admiral .	38
Grafikon 8: Mogući sukob (problem) s gostom koji je različite vjere, nacionalnosti i rase od strane zaposlenika hotela Admiral.....	39

SHEME:

Schema 1: Primjeri multikulturalnih marketinških kampanja u turizmu.....	29
--	----

TABLICE:

Tablica 1. Opravdanja multikulturalizma	7
Tablica 2: Izazovi i ograničenja multikulturalizma u suvremenom društvu.....	19
Tablica 3: Prednosti i izazovi multikulturalizma u turističkom sektoru	23
Tablica 4: Struktura ispitanika prema radnoj poziciji u hotelu Admiral	36
Tablica 5: Ocjena stavova ispitanika o utjecaju indikatora kulturne svijesti kako kulturološke razlike kod gostiju utječu na daljnji razvoj u karijeri djelatnika.....	39
Tablica 6: Ocjena stavova ispitanika o indikatorima kulturne osjetljivosti kako kulturološke razlike kod gostiju utječu na daljnji razvoj u karijeri djelatnika.....	40
Tablica 7: Ocjena stavova ispitanika o indikatorima izgradnje odnosa kako kulturološke razlike kod gostiju utječu na daljnji razvoj u karijeri djelatnika.....	41
Tablica 8: Ocjena stavova ispitanika o utjecaju kulturne raznolikosti iz perspektive upravljačke komunikacije.....	42
Tablica 9: Ocjena stavova ispitanika o prednostima raznolikosti i multikulturalizma u hotelijerstvu	43
Tablica 10: Ocjena stavova ispitanika o važnosti edukacije u hotelu Admiral o multikulturalnosti	44
Tablica 11: Ocjena stavova ispitanika o stupnju utjecaja važnosti faktora kulturoloških razlika kod hotelskih gostiju za buduće uspješno poslovanje hotela.....	45
Tablica 12: Testiranje hipoteza.....	47