

Interkulturalno-pedagoški čimbenici turizma

Stjepan Jagić
Sveučilište u Zadru
Odjel za pedagogiju

Sažetak

Problem rada odnosi se na *turizam* kao čimbenik interkulturalno-pedagoških promjena u receptivnoj i emitivnoj turističkoj sredini Republike Hrvatske.

Koncepcija i problem empirijskog dijela istraživanja oslanja se na teorijsko-metodološka određenja turizma Jafara Jafaria i Krzystofa Przeclawskoga. Przeclawski definira turizam kao dodire kultura i smatra da ga treba promatrati kao interkulturalni kontakt.

Istraživanje se temelji na pretpostavci da su varijable turističke aktivnosti povezane sa stupnjem etnocentrizma ispitanika, odnosno stavom i mišljenjem o određenom narodu ili narodnoj skupini. Primijenjen je upitnik kojega čine 34 pitanja socio-demografskih varijabla i 18 tvrdnja kao elemenata etnocentričnosti. Skala je definirana na temelju poimanja *etnocentrizma* koji podrazumijeva opću tendenciju da se vrlo pozitivno procjenjuje vlastita kultura, a da se ljudi ostalih kultura podcjenjuju.

Rezultati ispitanika (446) su analizirani preko tri skupine: *turistički djelatnici* (TD), *lokalno receptivno stanovništvo* (neturistički djelatnici) (LRS) i *stanovnici neturističkog područja* (pretežito sjeverni i središnji dio RH) (SNTP). Zatim prema kriterijima: *broj posjeta i duljine boravka* stranim zemljama.

Analiza ukupnog rezultata stupnja etnocentričnosti upućuje na zaključak da je turizam značajan čimbenik za formiranje stupnja etnocentričnosti ispitanika. Stupanj etnocentričnosti turističkih djelatnika i lokalnoga receptivnog stanovništva je viši od stanovnika neturističkog područja, ali se smanjuje u ovisnosti od duljine boravka ispitanika u stranim zemljama. Rezultati ovoga istraživanja pokazuju da turizam sa aspekta međukulturalnih odnosa djeluje na receptivnu i emitivnu sredinu.

Empirijska analiza pokazuje da je turizam prvorazredni interkulturalni fenomen koji snažno promovira i stvara interkulturalni duh. Zato bi pri kreiranju opće i posebne prosvjetne politike Republike Hrvatske bilo potrebno akceptirati i te spoznaje.

Ključne riječi: kultura, multikulturalizam, interkulturalizam, interkulturalne promjene, etnocentrizam, turizam i turistička kultura

1. Uvod

Danas turizam zauzima takve razmjere u svijetu, da ga kao fenomen modernoga društva valja proučavati, ne samo s ekonomskoga, već i socijalnoga, političkoga, kulturalnoga, ekološkog i odgojnog-obrazovnog gledišta, bez obzira radi li se o razvijanim regijama u svijetu ili o zemljama u razvoju.

Milijuni ljudi u određeno godišnje doba, ili nekoliko puta godišnje, postaju tzv. *homo turisticus*. Ljudi putuju radi zadovoljavanja svojih potreba za odmorom i razonodom, upoznavanjem ljudi i njihovih krajeva i kulture, da bi se duhovno i tjelesno obnovili. Kaže se da putovanja ubrzavaju život i da obogaćuju uzbuđenjima. Ljudi, stoga, neprestano čeznu za kretanjem, za putovanjima. Jedni putuju

da bi upoznali nepoznate krajeve i pejzaže, gradove i kulturne spomenike, drugi da bi nešto kupili, treći da bi se zabavili i igrali, četvrti da bi doživjeli nešto neobično ili barem novo, peti jednostavno da bi bili viđeni itd. Turizam u cjelini, a posebice međunarodni turizam, ostavlja upečatljive tragove svoje nazočnosti u svim prostorima u kojima se odvija i na svim pravcima kojima se turisti kreću.

1.1. Kultura

Pod pojmom kultura se podrazumijeva ukupnost čovjekova stvaralaštva, koje se jasno izražava kroz: pogled na svijet, ponašanje i djelovanje u svakdanjem životu, rad i slobodno vrijeme. Ona je složen i međuzavisan ustroj znanja, predodžaba, formalnih i neformalnih pravila, obrazaca ponašanja, vrijednosti, interesa, težnja, vjerovanja i mitova.

Kultura je specifična ljudska kategorija i bitan dokaz ljudske samobitnosti iz koje proizlaze materijalne i duhovne vrijednosti, iz koje crpi snagu svoga razvoja, i svog trpljenja i odricanja. Prema tome, kultura predstavlja obrazac samobitnosti, obrazac čovjekova identiteta, pri čemu različiti simbolički elementi od jezika do društvenih običaja služe kao označitelji osobnosti, odnosno granice skupne pripadnosti.

Povijesno, svaki narod razvija svoju specifičnu kulturu zaštićenu od vanjskih utjecaja geografskim, jezičnim i vjerskim barijerama. Danas se, međutim, te barijere lome pod utjecajem olakšanoga komuniciranja i putovanja, pa se kaže da svi živimo u globalnom selu pod utjecajem istih poruka i informacija. No, razlike i danas postoje. Naime, pored raznolikosti koje se očituju u kulturnim razlikama, među pripadnicima raznih zemalja postoje i značajne razlike između etničkih skupina, manjina, društvenih slojeva, pa čak i između pripadnika različite starosne dobi.

Kultura je rezultat susreta s tri glavna čimbenika života: čovjekom, prirodom i društvom, tj. prožima sve sfere čovjekova života i zato je aktualan društveni i pedagoški problem.

1.2. Multikulturalizam i interkulturalizam

Oba pojma, ponajprije, označavaju društvene i kulturne odnose između više nacija, naroda, etničkih zajednica i ljudi.

Postoji razlika između multikulturalnosti kao deskriptivne, analitičke, povijesne i sociološke kategorije i interkulturalizma kao programirane, političke i pedagoške kategorije. Dok multikulturalnost opisuje suživot različitih kultura kao i njihovu kontrolu i regulaciju, interkulturalizam je karakteriziran interaktivnom namjerom različitih kultura.

Multikulturalnost označava nazočnost više kultura na istom prostoru, a interkulturalizam naglašava odnos među kulturama i neophodnost međusobne interakcije (Desinan, 1997). U pristupu Vijeća Europe multikulturalizam se interpretira kao stanje, skup različitih kulturnih i ostalih vrijednosti, ili stanje duha, dok je *interkulturalizam* predstavljen kao akcija i interakcija koji sadrže interpretativnu dimenziju, te implicira dijalog, otvorenost, dinamiku i perspektivu.

Riječ, prefiks, *inter* je širok pojam koji ukazuje na različite i brojne aktivne odnose između dvije ili više osoba u određenoj situaciji, tj. kao poveznicu među kulturama. On ne znači jednostavno nazočnost, ili suživot, kao ni slučajno miješanje kultura, već predstavlja projekt novih kulturnih sinteza, koje, držeći se vjernosti vlastitog podrijetla, oploduju i stvaraju nove, originalne kulturne modele (Rizzi, 1992). S druge strane, riječ, sufiks, *kultura*, također je širok pojam, jer obuhvaća sveukupno stvaralaštvo čovjeka. Te riječi čine jednu sintezu, kojom se naglašava značaj komunikacije i interakcije među ljudima i kulturama. Interkulturalizam je dinamički, razvojni pojam koji nužno ukazuje na odnos, na razmjenu, na skup razvojnih, dinamičkih tijekova i procesa, koji karakteriziraju susrete između osoba različitoga kulturnog podrijetla.

Stoga, interkulturalizam ne znači statički skup kultura ili zamjenu jednog oblika mišljenja drugom, već mogućnost uspoređivanja različitih mišljenja, ideja, kultura na jednom prostoru. Potiče na razmišljanje o spoznajnim razlikama etničke, kulturne, religiozne, psihološke, duhovne prirode, o borbi protiv predrasuda, o mirnom suživotu među narodima i nacijama ili pojedincima i skupinama različitog podrijetla, o jednakim mogućnostima u obrazovanju (Poletti, 1992). Upravo konkretnim prilikama omogućava suočavanje, komunikaciju, međusobno upoznavanje i vrednovanje, razmjenu vrijednosti, modela, načina i stilova života, te društveno-etičko poštivanje (Falanga, 1993).

Interkulturalizam se pojavljuje kao djelomični humani ispravak nehumanosti radi ponude jedne bolje budućnosti cijelom svijetu ne vadeći čovjeka iz geografskoga, ekološkoga i kulturnoga konteksta, nego gledajući čovjeka u „zajednici vrijednosti” koja ne apsolutizira, niti relativizira narodnost i kulturu (Van Luyn, 1998). To je vjerovanje u mogućnost zajedničkog suživota, bez nametanja, bez kulturne supremacije, osobito bez agresije.

Znači, to je projekt da se svaki čovjek, svaka skupina i cijela društvena zajednica, bila ona manjina ili većina, mogu osjećati jednakopravnim. Pruža priliku pojedincima, manjinama i većini, potpunu afirmaciju, aktualizaciju. Istinsko življenje trebalo bi biti međusobno razumijevanje i poštovanje, sporazumijevanje i ravnopravna suradnja, jer smisao čovjeka ogleda se u humanosti. Zato čovjeka i društvo treba razvijati, oblikovati i mijenjati u interesu čovjeka i čovječanstva. Prema tome, interkulturalizam pretpostavlja, kako poznavanje i razumijevanje drugoga, tako i samoga sebe, kao aktivnoga sudionika u svim područjima života.

1.3. Etnocentrizam¹ – suprotnost interkulturalizmu

Etnocentrizam uvijek nosi tendenciju da se vlastita kultura procjenjuje pozitivno, a da se ljudi ostalih kultura podcjenjuju, omalovažavaju, vrjednuju negacijama. Riječ je o pojavi koja je često označena jednostavno kao vjera u nadmoć vlastite kulture ili etnije. Drugi autori određuju etnocentrizam kao sklonost da se druge kulture gledaju i procjenjuju prema mjerilima vlastite kulture i da se pri tome pogrešno shvaćaju i prikazuju. Neki ističu predrasude i nepovjerenje koje postoji unutar etnije ili društvene skupine prema pripadnicima drugih takvih zajednica. U svakom slučaju, etnocentrizam je uvelike posljedica činjenice da ljudi usvajaju bitne kulturne i etničke vrijednosti i obilježja (primjere, materinski jezik, vjera, običaj, moral i dr.) još tijekom primarne socijalizacije i da im te vrijednosti i obilježja poslije služe kao glavne odrednice u njihovom daljnjem razvoju. Etnocentrizam počiva i na etničkom identitetu koji ne mora nužno uzro-

čiti nepoželjne posljedice, ako se drugima dopušta razvijanje vlastitih identiteta. U praksi, međutim, etnocentrizam često vodi do omalovažavanja vrijednosti i stvaranja općenito loših predodžaba o pripadnicima drugih kultura i etnija (Leksikon migracijskoga i etničkoga nazivlja, 1998).

1.4. Turizam

U proširenom konceptu interkulturalizma, interkulturalna načela sve više se ugrađuju u mnoga područja ljudske djelatnosti. Jedno od njih je turizam. Razumno je pretpostaviti da, zbog golemog broja ljudi uključenih u turistička kretanja, napose u međunarodni turizam suvremenog svijeta postaje vjerojatno najveći izvor interkulturnih kontakata. U sociokulturnom smislu to je dodir, razmjena, mogućnost za upoznavanje, razumijevanje i uvažavanje životnih običaja, navika, želja i potreba ljudi različitih naroda, etniciteta, zajednica, rasa, spolova i kultura. Zbog toga odnos turizma i kulture treba sagledavati i promišljati u posve drukčijem svjetlu i analizirati s drukčijih polazišta, a ne samo kroz kulturne sadržaje u turističkoj ponudi kao robe za prodaju.

Osnovne pretpostavke za sagledavanje i definiranje, interkulturalno-pedagoške dimenzije turizma sadržane su u njegovim sastavnicama. To su, prije svega, kontakt, susret, dijalog, razmjena, uzajamno informiranje, razumijevanje i prihvaćanje. U temeljnom odnosu turizma, domaćin – gost, ostvaruje se svojevrsni dijalog kulturnih i nacionalnih identiteta. Svaki sudionik u kontaktu i razmjeni, predstavlja, zastupa i nudi svoju kulturu, što predstavlja interkulturalnu komunikaciju prvoga reda. Susret čovjeka s čovjekom najdragocjenija je značajka turizma. Turizam je, u stvari, dijalog identiteta.

Kontaktiranje je upravo onaj element koji turističkim kretanjima i daje visoku kako interkulturalnu tako i pedagošku važnost. Stoga se pedagoška i interkulturalna bit i značenje turizma, jednostavno kazano, zrcali u načelu: *Putuj da bi učio – uči da bi putovao*.

¹ Naziv **etnocentrizam** je 1906. uveo američki sociolog William G. Sumner, i to u engleskom obliku *ethnocentrism* (*ethno-*, hrv. „etno-“; + lat. *centrum*, „središte”) (vidi Leksikon migracijskoga i etničkoga nazivlja, 1998).

Kulturna, interkulturalna, pedagoška funkcija turizma pojavljuje se u dvoznačnom obliku, tj. neposrednim i posrednim utjecajima. Neposredni utjecaj dolazi od samog fenomena turizma i odnosi se na prikupljanje ili usvajanje vrijednosti drugih kultura. Posredni utjecaj jest sve ono što prethodi putovanju i tiče se turističkoga, tj. kulturnog i interkulturalnog obrazovanja turista, kako bi mogao na efikasan način provesti putovanja i imao koristi od njih. Prvi oblik ima značajke procesa akulturacije, a drugi procesa inkulturacije.

Domaćin, u užem i širem poimanju, u turističkoj ponudi neminovno objedinjuje osobine svoje kulture. Sagleđane u najširem smislu to su: gostoprimitstvo, prihvata, komunikacijska osposobljenost, ekološka osviještenost, poznavanje vlastite i tuđe kulture i drugih jezika, umijeće izbora, sposobnost prilagođavanja i dr. Za ulazak u turističku razmjenu, dijalog, treba biti posebno pripremljen, mora biti profesionalac i predstavnik svoje kulture. Istodobno, on je i primatelj vrijednosti, koje gosti-turisti posredno ili neposredno donose u sredinu posjeta i boravka.

Turist-gost mora biti informiran o izabranom mjestu posjeta i boravka.² To su najčešće odabrane informacije i osnovna znanja o destinaciji. Iako je posjetitelj, turist, u pravilu, primarno motiviran potrebama odmora i rekreacije, sve se više ponaša kao istraživač, koji traži nove sadržaje, informacije i znanja i tako u susretu sa zemljom domaćinom, neminovno stupa u dijalog s njom. On je istodobno i predstavnik svoje kulture koju svjesno ili nesvjesno zastupa i provodi kao turist.

Takvim se promišljanjem suvremenog turizma naglašava i prihvaća njegova interkulturalna dimenzija, odnosno njegova uloga kao promicatelja

temeljnih načela interkulturalizma. Poglavitito, interkulturalnost međunarodnog turizma zrcali se kroz:

- susrete različitih nacija, rasa, religija, jezika i običaja, tj. kultura;
- uspostavljanje ravnopravnog dijaloga među njima;
- razvijanje uzajamnog razumijevanja, upoznavanja, trpljenja i prihvaćanja;
- stvaranje pretpostavki za uključivanje u procese europeizacije, globalizacije i univerzalizma.

S tim elementima turizam se može definirati kao interkulturalni događaj, proces, bilo na individualnoj, skupnoj ili nacionalnoj razini, koji nadilazi elementarnu, jednostavnu relaciju gost – domaćin, koja je i inače podložna stalnim promjenama.

2. Metodologija empirijskog dijela istraživanja

Koncepcija i problem našega istraživanja oslanja se na teorijsko-metodološka određenja turizma Jafara Jafaria (1983) i Krzystofa Przeclawskoga (1983), koja naglašavaju interkulturalnu suštinu turističkog fenomena. Jafari turizam promatra kao međuodnos kultura, a i Krzystof Przeclawski najopćenitije definira „turizam kao dodire kultura”.

2.1. Problem i zadatak istraživanja

Budući da je turizam suvremeni društveni fenomen s refleksijom na sveukupnu društvenu strukturu, javlja se potreba i za njegovim pedagoškim istraživanjem i proučavanjem u kontekstu odgoja i obrazovanja, a ne samo odgoja i obrazovanja u funkciji turizma. Interkulturalno-pedagoška problematika turizma u nas nije sustavno proučavana.

² Veliki europski pjesnik i putnik R. M. Rilke je upozoravao da se ne smije olako putovati. Nepripremljeno putovanje za Rilkea je na-prosto zabluda. U Grčku se, navodio je npr., ne smije ići u stanju duhovne smetenosti i bez vedrine. On se godinama pripremao za određena putovanja. Navodi se kako se jednom zgodom našao samo tridesetak kilometara daleko od Verone, ali da u grad Romea i Julije nije htio ući, jer duhovno nije bio pripremljen za obilazak životne pozornice Shakespeareovih junaka.

Također je isticao, da putovanje utječe na formiranje osobnosti, jer čovjek, kako je jedanput zapisao nakon šetnji Venecijom, putujući kao zrcalima upija dojmove i postaje dio stalnog „nestajanja”. Govoreći o suštini turizma Rilke kaže da je njegov smisao u razvijanju sposobnosti da se svoje biće dovede u stanje slušanja i otvorenosti istini i pažljivom promatranju.

Pri kraju života Rilke se pita, nisu li baš putovanja izvršila najdublji utjecaj na njegovo obrazovanje i formiranje. Štoviše, pjesnik svjedoči da se iz uspomena s putovanja, diskretno pohranjenih u sjećanju koje na taj način postaju dio čovjekove intime, može ro-diti „prva riječ stiha”. – Lucques, C. (1975), Rainer-Maria Rilke, pèlerin d'Europe, Espaces, No 18-19, Paris (prema: Elaković, 1989).

Češće je implicirana u raznim teorijskim, sociološkim i ekonomskim studijama (Alfieri, 1994; Jadrešić, 2001; Hitrec, 1995; Vukonić, 1990; Tomljenović, 1999 i dr.).

Pođemo li od interkulturalizma kao fenomena, koji se u određenoj mjeri daje odrediti i objasniti stanjem i razinom etnocentričnosti pojedinih naroda, etničkih ili drugih skupina, nedvojbeno je da na interkulturalne procese i kulturalne promjene utječe, među inim čimbenicima, i turizam.

Pristup istraživanju turizma i etnocentričnosti temelji se prije svega na pretpostavci da su varijable turističke aktivnosti povezane sa stupnjem etnocentrizma ispitanika, odnosno stavom i mišljenjem o određenom narodu ili narodnoj skupini.

Pitanje *sadržaja* kategorija etnocentričnosti jest ključna dimenzija istraživanja. Istina, sadržaji kategorija etnocentričnosti istraživačima čine najveću teškoću, jer je arbitrarno pitanje etnocentrizma koje bi obuhvatilo sve životne sadržaje i situacije. Odlučili smo stoga da ovo istraživanje postavimo na utvrđivanje stavova ispitanika, jer mišljenja ukazuju na latentni stereotip o pripadnoj naciji.

S obzirom da je turizam u svojoj biti jedan od tipičnih čimbenika koji nosi kulturu, stoga je *cilj* empirijskog dijela rada upravljen na ispitivanje utjecaja nekih pojavnih oblika slobodnog vremena, tj. turističkih aktivnosti na ostvarenje ideje interkulturalizma.

U skladu s postavljenim ciljem definirali smo *zadatke istraživanja*:

1. Provjeriti utječe li turizam na etnocentričnost turističke destinacije, tj. receptivne sredine.
2. Provjeriti utječe li dužina boravka naših građana u stranim zemljama na njihovu etnocentričnost, tj. utječe li destinacija na etnocentričnost turista.

2.2. Instrument

Primijenjen je upitnik koji se sastoji iz dva dijela. Prvi dio upitnika odnosi se na ispitivanje čestine odlaska, dužine posjeta i boravka u inozemstvu, a drugi na ispitivanje razine etnocentričnosti.

Problem etnocentričnosti je razrađen kroz 18 tvrdnja kao elemenata etnocentričnosti. Jedan dio elemenata etnocentričnosti preuzet je iz rada Tomljenović (1999), drugi dio je konstruiran na osnovni određenja etnocentričnosti (Leksikon..., 1998) i treći dio na osnovi osobnog promišljanja, te iskustva i razgovora s psiholozima i kulturno-socijalnim antropolozima.

Za ispitivanje gledišta i mišljenja ispitanika korištene su široko shvaćene tvrdnje koje možemo smatrati elementima etnocentričnosti, odnosno kao latentnu stereotipnost. Svrstali smo ih u četiri skupine:

- 1) tvrdnje društvenosti pod kojima se podrazumijeva neposredno formalno i neformalno komuniciranje i druženje ljudi,
- 2) moralno-etičke tvrdnje,
- 3) tvrdnje o kognitivnim karakteristikama vlastite nacije (znanje, sposobnosti, talent),
- 4) tvrdnje o prirodnim i kulturnim vrednotama Hrvatske.

Skala je bila definirana na temelju poimanja etnocentrizma koji podrazumijeva opću tendenciju da se vrlo pozitivno procjenjuje vlastita kultura, a da se ljudi ostalih kultura i tradicija podcjenjuju. Skala je sadržavala tvrdnje, koje su pozitivnije vrednovale Hrvate i hrvatski način života. Ispitanik se s tvrdnjama mogao manje ili više složiti, ili ih je mogao manje ili više otkloniti (skala je išla od 5, što je značilo potpuno slaganje, do 1, što je značilo potpuno neslaganje).

Prije istraživanja određena je aprioristička valjanost skale. Odabrano je 18 tvrdnja za koje se pretpostavljalo da je s njima moguće ispitati elemente etnocentričnosti, odnosno da one zajedno čine jedan čimbenik. Nakon provedenog istraživanja provjerena je simptomatična valjanost skale procjene faktorskom analizom koja je potvrdila da upitnikom ispitujemo samo jedan faktor koji prema svome sadržaju možemo nazvati čimbenikom etnocentrizma. Samo su dvije tvrdnje bile u niskim negativnim korelacijama, pa je za konačnu obradu i analizu podataka korišteno 16 tvrdnja. S pročišćenom strukturom varijabla etnocentrično-

TABLICA 1. PROČIŠĆENA FAKTORSKA STRUKTURA UPITNIKA ETNOCENTRIČNOSTI

R. b.	TVRDNJE	Faktor	h ²
1.	Ljudi koji posjećuju Hrvatsku trebali bi naučiti osnove hrvatskoga jezika	,376	,141
2.	Jadranska obala je najljepša obala na svijetu	,421	,177
3.	Hrvatsko kulturno i povijesno naslijeđe jedinstveno je u Europi	,452	,204
4.	Ljudi koji posjećuju Hrvatsku trebali bi naučiti cijeniti naše povijesno i kulturno naslijeđe	,351	,123
5.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo gostoljubiviji od drugih naroda Europe	,664	,440
6.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo tolerantniji od drugih naroda Europe	,676	,457
7.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo inteligentniji od drugih naroda Europe	,689	,475
8.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo otvoreniji od drugih naroda Europe	,682	,465
9.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo moralniji od drugih naroda Europe	,750	,562
10.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo humaniji od drugih naroda Europe	,752	,566
11.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo obrazovaniji od drugih naroda Europe	,630	,397
12.	Moglo bi se reći da Hrvati vode mnogo veću brigu o obitelji od drugih naroda Europe	,696	,484
13.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo pošteniji od drugih naroda Europe	,707	,499
14.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo hrabriji od drugih naroda Europe	,685	,469
15.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo religiozniji od drugih naroda Europe	,529	,280
16.	Moglo bi se reći da su Hrvati športski najtalentiraniji europski narod	,550	,302
Karakteristični korijen		6,004	
% Objašnjene varijance		37,8	

TABLICA 2. POUZDANOST UPITNIKA ETNOCENTRIČNOSTI

R. b.	TVRDNJE	M	σ	r _{it}
1.	Ljudi koji posjećuju Hrvatsku trebali bi naučiti osnove hrvatskoga jezika	3,02	1,42	,372
2.	Jadranska obala je najljepša obala na svijetu	3,93	1,15	,424
3.	Hrvatsko kulturno i povijesno naslijeđe jedinstveno je u Europi	3,24	1,31	,445
4.	Ljudi koji posjećuju Hrvatsku trebali bi naučiti cijeniti naše povijesno i kulturno naslijeđe	3,88	1,14	,357
5.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo gostoljubiviji od drugih naroda Europe	2,92	1,21	,618
6.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo tolerantniji od drugih naroda Europe	2,63	1,13	,622
7.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo inteligentniji od drugih naroda Europe	2,52	1,12	,648
8.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo otvoreniji od drugih naroda Europe	3,09	1,18	,630
9.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo moralniji od drugih naroda Europe	2,54	1,10	,679
10.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo humaniji od drugih naroda Europe	2,70	1,14	,686
11.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo obrazovaniji od drugih naroda Europe	2,70	1,22	,595
12.	Moglo bi se reći da Hrvati vode mnogo veću brigu o obitelji od drugih naroda Europe	3,01	1,17	,640
13.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo pošteniji od drugih naroda Europe	2,40	1,04	,654
14.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo hrabriji od drugih naroda Europe	3,12	1,25	,653
15.	Moglo bi se reći da su Hrvati mnogo religiozniji od drugih naroda Europe	3,17	1,17	,492
16.	Moglo bi se reći da su Hrvati športski najtalentiraniji europski narod	3,00	1,33	,536
Cronbach alpha = 0,896				

sti objašnjeno je 37,80% zajedničke varijance, a to je pokazatelj da faktorska struktura čestica upitnika zadovoljava (tablica 1).

Provjerena je i pouzdanost unutarnje konzistentnosti (r_{ii}) upitnika. Ona se pokazala relativno visokom jer je dobiveni Cronbach alpha 0,896 (tablica 2).

Budući da je analiza rezultata potvrdila jednofaktorsku strukturu skale, te relativno visoku pouzdanost tipa unutarnje konzistencije, u daljnjim analizama koristio se ukupan rezultat na skali, odnosno jednostavna aditivna linearna kombinacija kao pokazatelj etnocentričnosti.

2.3. Ispitanici

Kriterij za formiranje uzorka istraživanja bio je obuhvaćanje prostora življenja i rada ispitanika, koji se prepoznaju kao turistička destinacija i kao neturistička područja Republike Hrvatske. Upitnik je upućen turističkim djelatnicima, ali i slučajnom izboru građana iz različitih krajeva zemlje, turistima i neturistikima.

Istraživanjem je obuhvaćeno 446 ispitanika 246 (55,2%) žena i 200 (44,8%) muškaraca koji su u rasponu starosne dobi od 14 do 69 godina. Najveći broj, 365 (81,2%), ih je između 20 i 49 godina starosti. Njih 443 (99,3%) ima završeno srednje obrazovanje. Gimnaziju je završilo 245 (55,5%), srednje stručne škole je završilo 189 (42,4%), a troje je bez završene srednje škole. Višu školu ili fakultet završilo je 284 (63,37%) ispitanika, a poslijediplomske studije (magisterij i doktorat) njih 27 (6,11%). 425 (95,29%) ispitanika služi se s jednim stranim jezikom, 149 (33,4%) s dva, 107 (24%) s tri i više, a samo 21 (4,71%) ne zna niti jedan strani jezik. Zaposlenih ispitanika je 361 (80,94%), nezaposlenih 37 (8,30%), studira ih 46 (10,31%) i učenika srednje škole su 2 (0,45%). Raznih su zanimanja, od službenika do direktora, od učenika do sveučilišnih profesora i mnogih drugih. Svi ispitanici posjetili su bar jedanput neku europsku zemlju, a neki borave i rade izvan Republike Hrvatske.

Cijeli uzorak od 446 ispitanika može se smatrati namjernim jer je tako odabran kako bi se pokušalo analizirati mogući utjecaj turizma na etnocentričnost.

Istraživanje je provedeno tijekom srpnja, kolovoza i dijelom rujna 2001. godine u određenom broju turističkih i neturističkih poduzeća, organizacija i institucija Republike Hrvatske. Ispitanici su bili iz Dubrovnika, Pule, Rijeke, Splita, Šibenika, Zadra, Bjelovara, Karlovca, Osijeka, Varaždina, Valpova, Zagreba i drugih mjesta.

3. Rezultati i diskusija

Nakon prikupljenih 446 upitnika, radi analize podataka, ispitanike smo podijelili u tri skupine (poduzorka):

Skupina turističkih djelatnika (TD) obuhvaća 120 ispitanika koji dvije i više godina rade u turizmu. To su djelatnici sa specijaliziranim obrazovanjem za turizam, dugogodišnjim radom u turizmu, posebice aktivnom kontaktu s turistima (vodiči, recepcionari, agencijski radnici, marketing, prodaja i direktori);

Skupina lokalnog receptivnog stanovništva (LRS) sačinjavalo je 190 ispitanika koji žive i rade u receptivnom području. To su stanovnici receptivnog područja, koji nisu zaposleni u turističkoj djelatnosti i koji nisu u profesionalno-formalnom i neposrednom odnosu s turistima;

Skupina stanovnika ne-turističkog područja (SNTP) ima 136 ispitanika koji žive izvan tipične turističke destinacije i ne rade u turizmu. To su stanovnici sjevernog i srednjeg dijela Hrvatske, koji se ne bave turističkom djelatnošću.

Također smo željeli provjeriti utječe li turistička destinacija na etnocentriizam turista. To smo nastojali provjeriti preko kriterija posjeta i boravka naših građana stranim zemljama. Na temelju toga formirali smo četiri skupine ispitanika:

Prva skupina su osobe bez odlaska u inozemstvo i one koje su bile do 30 dana u stranim zemljama;

Druga skupina su osobe s boravkom u inozemstvu od 31 do 90 dana;

Treća skupina su osobe s boravkom u inozemstvu od 91 do 280 dana i

Četvrta skupina su osobe s boravkom u inozemstvu 281 i više dana.

Prvu i dio druge skupine uglavnom čine osobe koje su gotovo bile toliko puta koliko i ukupno dana u stranoj zemlji i njih možemo smatrati izletni-

cima, tj. jednodnevnim posjetiteljima bez noćenja u stranoj zemlji. To su tipični odlasci u drugu zemlju (Italiju, Austriju ili Mađarsku) radi kupovine, tj. šoping turisti.

Ispitanici treće i četvrte skupine imaju znatno veći ukupni broj dana boravka u inozemstvu od ukupnog broja odlazaka (posjeta) stranim zemljama. Te skupine su po svim kriterijima turisti.

3.1. Analiza stupnja etnocentričnosti ispitanika

Analiza rezultata upravljena je na zbirni rezultat 48 na skali etnocentričnosti koji možemo smatrati kao granični rezultat između najvišeg i najnižeg stupnja etnocentričnosti.

Aritmetičke sredine rezultata etnocentričnosti za skupine ispitanika turistički djelatnici (TD), lokalno receptivno stanovništvo (LRS) i stanovnici neturističkog područja (SNTP) su sljedeće: $M_{TD} = 49,18$; $M_{LRS} = 48,84$ i $M_{SNTP} = 45,37$ (tablica 3).

Analiza varijance pokazuje da se ove skupine ispitanika statistički značajno razlikuju glede stupnja etnocentričnosti ($F = 5,57$; $p = 0,004$) (tablica 4).

Rezultati pokazuju da najviši stupanj etnocentričnosti imaju oni koji su zaposleni u turističkoj djelatnosti (TD), zatim lokalno receptivno stanovništvo (LRS) a najmanje stanovnici neturističkog područja (SNTP). Objašnjenje ovoj konstataciji, možemo naći u viđenju turizma kao masovnoga društvenog fenomena, kojeg obilježava velik broj ljudi različitih kultura, koje određuju njihovo ponašanje,

TABLICA 3. ARITMETIČKE SREDINE ETNOCENTRIČNOSTI (UKUPAN REZULTAT) I BROJ ISPITANIKA S OBZIROM NA DUŽINU BORAVKA IZVAN HRVATSKE I DJELATNOSTI (TD, LRS I SNTP)

DJELATNOST		BORAVAK U INOZEMSTVU				M N
		1 0-30 dana	2 31-90 dana	3 91-280 dana	4 281 i više dana	
Turistički djelatnici (TD)	M	51,91	54,79	46,26	45,67	49,18
	N	23	28	24	45	120
Receptivno područje (LRS)	M	48,99	48,45	50,43	47,35	48,84
	N	79	55	30	26	190
Neturističko područje (SNTP)	M	49,15	44,49	41,24	44,89	45,37
	N	47	37	33	19	136
M		49,47	48,71	45,79	45,99	47,87
N		149	120	87	90	446

TABLICA 4. DVOSMJERNA ANALIZA VARIJANCE ETNOCENTRIČNOSTI S OBZIROM NA DUŽINU BORAVKA IZVAN HRVATSKE I DJELATNOST ISPITANIKA

VARIJABLE	df	F	P(F)
Djelatnost (TD, LRS i SNTP)	2/434	5,57	0,004
Boravak izvan RH	3/434	3,16	0,024
Interakcija	6/434	2,27	0,030

načine kontakata i komunikacije. Često postoji nesklad motiva i motivacije turista i turističkih djelatnika i receptivne sredine. Motivi turista su pretežno hedonistički, a turističkih djelatnika utilitarni. Turistički djelatnici vjerojatno su više usmjereni na turizam kao djelatnost koja donosi profit, a nisu dovoljno osviješteni u segmentu interkulturalizma.

Turizam je, kako navode neki autori (Nunez, 1983), igra uloga, „bal pod maskama”. Time se hoće ukazati na odnos turista i domaćina koji je instrumentalan i rijetko je protkan afektivnim vezama. Turisti često mijenjaju način ponašanja kad se nalaze daleko od kuće, a turistički djelatnici skloni su često „igrati ulogu” koja najbolje zadovoljava turiste, a inače nikada takvu ulogu ne bi igrali pred članovima svoje zajednice.

Jednako je tako turistička ponuda prožeta elementima i sadržajima nacionalne kulture, pa vjerojatno, i zbog toga turistički djelatnici više od ostalih i vrednuju nacionalnu kulturu. Možemo kazati kako poznata izreka, „ako sam ne cijeniš svoje, ne možeš to očekivati od drugih”, očito ima svoje mjesto u turističkih djelatnika.

Posve je vjerojatno da je dugogodišnji rad na prezentaciji i afirmaciji svoje kulture u turističkih djelatnika utjecao i na nešto pozitivniji stav glede elementa nacionalne kulture, pa tako i na povećani stupanj etnocentrizma. Veće vrednovanje vlastite, matične kulture ujedno je vrednovanje sebe i svoga osobnoga, vlastitog rada.

Za razliku od turističkih djelatnika stanovnici neturističkog područja Hrvatske su značajno manje etnocentrični od prve dvije skupine ispitanika. Oni nisu neposredno izloženi turističkom utjecaju u svojoj sredini i svakodnevnom životu, iako su i oni pretežno turisti našeg turističkog područja, pa mogu imati posredni i neposredni dodir i kontakt sa strancima. Najveći broj njih je, barem jedanput, posjetio neku stranu zemlju, te bio u neposrednoj komunikacijskoj prilici sa strancem. Unatoč tome, stanovnici neturističkog područja su manje tijekom godine neposredno izloženi turizmu i njegovim utjecajima.

Lokalno receptivno stanovništvo (LRS) također pokazuje značajno viši stupanj etnocentričnosti od stanovništva neturističkog područja (SNTP) Hrvatske, ali je mala razlika između njih i turističkih dje-

latnika. To upućuje na viđenje turizma kao djelatnosti koja utječe na cijelu receptivnu sredinu.

Budući da turisti ne borave u izoliranom turističkom okruženju nego se kreću po turističkoj destinaciji, onda se stav lokalnog stanovništva o njima ne razlikuje znatno od stava turističkih djelatnika.

Turizam i turisti često izazivaju i neke negativne pojave (Jafari, 1983; Horvat, 1999), a one mogu jače utjecati na naš stav o turistima nego one pozitivne. Za vrijeme boravka turisti često iskazuju svoje ponašanje u skladu s vlastitom kulturom, ali, nerijetko, i onako kako se inače ne ponašaju kod kuće. Sloboda ponašanja turista može biti u suprotnosti s kulturom i normama receptivne sredine, pa, stoga, može doći i do nerazumijevanja i konfliktnih situacija između turista i pripadnika lokalne sredine, a to utječe na mišljenje i formiranje stavova.

Mišljenje kojim se rukovodi turist – da je njegov boravak u toj ulozi kratak i prolazan može imati za posljedicu da se površno, kratkoročno i nezainteresirano odnosi prema ljudima, vrijednostima i kulturi s kojima je u dodiru i komunikaciji. Izuzet će spoznajnog aspekta i izražavanje površnih čuvstava jednih spram drugima rezultira manifestnim ponašanjem suprotnim očekivanjima interkulturalizma.

Krippendorf, već 1974. u djelu *Gutači krajobraza*, naglašava: „Trebalo bi razvijati turizam koji bi donosio optimalne koristi svim sudionicima, turistima, domaćinima, poduzećima, a da to ne bude povezano s nepodnošljivim posljedicama, napose ekološkim i društvenim.” Prema njemu, najviši cilj turističke politike, koja bi vodila računa o čovjeku i okolišu, mora glasiti: „Osiguranje optimalnog zadovoljavanja mnogostrukih turističkih potreba svih ljudi, unutar sposobnih organizacija i u nenarušenu okolišu, vodeći računa o interesima stanovništva turističkih područja.”

Za daljnje objašnjenje turizma kao interkulturalnog čimbenika analizirali smo dužinu boravka naših ispitanika u stranim zemljama i etnocentrizam, odnosno provjerili smo utječe li turistička destinacija na etnocentrizam turista. To smo nastojali provjeriti preko kriterija posjete i boravka stranim zemljama naših građana.

Aritmetičke sredine rezultata etnocentričnosti (tablica 3) za skupine ispitanika (dužina boravka

izvan Hrvatske) su sljedeće: prva skupina (0 – 30 dana) $M_1 = 49,47$; druga skupina (31 – 90 dana) $M_2 = 48,71$; treća skupina (91 – 280 dana) $M_3 = 45,79$ i četvrta skupina (281 i više dana) $M_4 = 45,99$.

Analiza varijance (tablica 4) pokazuje da postoji statistički značajna razlika ($F = 3,16$; $p = 0,02$) u stupnju etnocentričnosti ispitanika zavisno od njihove dužine boravka u inozemstvu. Prema rezultatima ovog istraživanja značajno su etnocentričniji oni koji nisu bili u inozemstvu i oni ispitanici koji su manje vremena (do 30 dana) boravili izvan granica Republike Hrvatske (tablica 4).

Duži boravak (ukupno više od 90 dana) za razliku od čestog (1 do 90 puta) ali jednodnevnog daje veće mogućnosti boljeg upoznavanja sredine (kulture i ljudi) u koju se dolazi.

Rezultate možemo sagledati i s obzirom na motive dolaska u strane zemlje. Motivi onih koji jednokratno duže dana borave u inozemnoj turističkoj destinaciji su raznovrsniji i kvalitetniji od onih koji odlaze često ali po jedan dan najčešće zbog kupovno-potrošačkih razloga.

Pođemo li od činjenice da duži boravak pruža mogućnost kontakta sa svim ljudima i sveukupnom kulturom posjećene zemlje (receptivne sredine), kontakt s različitim osobama i u različitim situacijama omogućuje bolje upoznavanje, spoznavanje i vrednovanje tuđega. To omogućuje stvaranje spoznaja i vrednovanja u odnosu spram vlastitoga. Oppenheimer već je daleke 1932. godine istakao da turizam može doprinosti procesu prožimanja kultura i razumijevanja među ljudima – svojevrsnoj katalizaciji u procesu akulturacije (međusobno oplodivanje kultura).

Značajna razlika stupnja etnocentričnosti izražava se na granici od 90 dana boravka u inozemstvu. Budući da su ispitanici s boravkom u inozemstvu do 90 dana većinom jednodnevni izletnici radi kupovine, ukazuje da je njihov motiv (cilj) odlaska sužen i manje prožet stvarnom turističkom motivacijom, oni nisu po određenju turisti i njihov odlazak nije potaknut turističkim motivima.

Dobivena statistički značajna razlika ($F = 3,16$) između skupina ispitanika koji su boravili u inozemstvu, pokazuje da ispitanici koji su manje vremena (izletnici) proveli izvan Hrvatske imaju

značajno veći stupanj etnocentrizma ($M = 49,47$ i $M = 48,71$) od onih koji su bili duže (turisti) ($M = 45,79$ i $M = 45,99$) upućuje na to da turizam možemo smatrati vrlo značajnim interkulturalnim čimbenikom.

Dvosmjerna analiza varijance stupnja etnocentričnosti kroz interakciju nezavisne varijable koju čine turistički djelatnici (TD), lokalno receptivno stanovništvo (LRS) i stanovnici neturističkog područja (SNTTP), te varijable – dužina boravka ispitanika u inozemstvu pokazuje statistički značajnu razliku ($F = 2,27$; $p = 0,03$, tablica 4).

Rezultati (tablica 3) upućuju na to da oni turistički djelatnici koji su proveli više od 90 dana u inozemstvu imaju manju razinu etnocentričnosti ($M_{TD/3} = 46,26$ i $M_{TD/4} = 45,67$) od onih od 90 i manje dana ($M_{TD/1} = 51,91$ i $M_{TD/2} = 54,79$). Oni su naime pod dvostrukim utjecajem turizma: jednom turistički djelatnik a drugi put turist. Ovakav reciprocitet značajno utječe na smanjenje etnocentričnosti. To ukazuje da je za bolje razumijevanje tuđe kulture nuždan posjet izvorištu i prostoru njezinog življenja, postojanja, a nije dovoljno suditi o njoj na osnovi površnog i nedovoljno sadržajnog dodira i kontakta s njezinim predstavnicima u svojoj sredini. Za spoznavanje vrijednosti druge kulture nužno je susresti se s njom, posredno ili neposredno, ali cjelovito i s dubljim unošenjem.

Ispitanici iz receptivnog područja koji ne rade u turizmu, a boravili su čak do 9 mjeseci u inozemstvu, zadržali su višu razinu etnocentričnosti ($M_{LRS/1} = 48,99$; $M_{LRS/2} = 48,45$; $M_{LRS/3} = 50,43$). Tek duži boravak prema rezultatima ovoga istraživanja, utječe na smanjenje etnocentrizma ($M_{LRS/4} = 47,35$). Izgleda da na njih značajno utječe stečeno iskustvo s turistima u vlastitoj (matičnoj) sredini.

Analiza rezultata skupine ispitanika neturističkog područja, koju čine ispitanici koji nisu boravili u inozemstvu i oni koji su bili do 30 dana (to su pretežito izletnici), imaju najvišu razinu etnocentričnosti ($M_{SNTTP/1} = 49,15$). Daljnjim povećanjem dužine boravka u inozemstvu stupanj etnocentričnosti se značajno smanjuje ($M_{SNTTP/2} = 44,49$; $M_{SNTTP/3} = 41,21$ i $M_{SNTTP/4} = 41,24$). Iako nisu izloženi utjecaju turizma u vlastitoj sredini za njih je značajno inozemno iskustvo. Promatramo li ukupan rezultat svake interaktivne skupine oni su najmanje etnocentrični.

Na temelju empirijske analize možemo zaključiti da je turizam značajan interkulturalni čimbenik i da se razina etnocentričnosti smanjuje s dužinom posjete stranoj zemlji. To vrijedi za sve skupine ispitanika. Razina etnocentričnosti smanjuje se tek nakon više od tri mjeseca provedenih u inozemstvu. Možemo kazati, ako izletnik i turist nakon svojih prvih inozemnih putovanja nisu naglašeni, prepoznatljivi interkulturalisti, da to s vremenom postaju.

Turizam povećava razinu etnocentričnosti receptivne sredine, ali u kombinaciji s boravkom u inozemstvu se smanjuje. To je vjerojatno posljedica površnog i jednostranog odnosa turista i receptivne sredine, a turistički radnici su, također, jednim dijelom pod većim utjecajem vlastite kulture. Oni precjenjuju vlastitu kulturu zato jer su, po naravi posla koji obavljaju, njezini neposredni protagonisti i nosioci.

Rezultati pokazuju da je turizam prvorazredna interkulturalna pojava koja snažno promovira i stvara interkulturalni duh. Stoga je očita pedagoška vrijednost turizma, jer, ako interkulturalizam shvatimo i prihvatimo kao pedagoško načelo i zahtjev, onda se oni s turizmom ostvaruju.

Istraživanje potvrđuje Krippendorfovo (1986) mišljenje da je ljude potrebno učiti putovati, tj. da je za potrebe putovanja prijeko potrebno stvarati i razvijati turističku kulturu.

4. Zaključak

Interkulturalna dimenzija turizma nije jednostavna, jer je uvjetovana različitim kulturnim podrijetlom turista i receptivne sredine, te postojanjem supkultura unutar pojedine kulture. Zato pozitivnu ulogu turizma u međukulturnom razumijevanju nije lako empirijski dokazati, jer masovnost i pokretljivost, sezonalnost i kratkotrajnost, brojnost turističkih potreba i motivacija turista, određuju i obilježavaju složenost, kompleksnost fenomena, tj. maksimalno otežavaju istraživanja.

Analiza ukupnog rezultata stupnja etnocentričnosti upućuje na zaključak da je turizam značajan čimbenik za formiranje stupnja etnocentričnosti ispitanika. Stupanj etnocentričnosti turističkih djelatnika i lokalnoga receptivnog stanovništva je viši od stanovnika neturističkog područja, ali se sma-

njuje u zavisnosti od duljine boravka ispitanika u stranim zemljama. Rezultati pokazuju da turizam s aspekta interkulturalnih odnosa djeluje na receptivnu i emitivnu sredinu.

Zbog činjenice da je turizam polifunkcionalna pojava, on je i prvorazredna interkulturalna pojava koja snažno promovira i stvara interkulturalni duh. Obilježavaju ga prvorazredni odgojno-obrazovni i interkulturalni zahtjevi i funkcije, jer se od svih koji u njemu na bilo koji način aktivno sudjeluju, zahtijeva mnogo kulturne svijesti i posebnih znanja i toliko ih kulturno obogaćuje da pretpostavlja i stvara posebnu turističku kulturu. Krippendorf (1986) u tom kontekstu naglašava važnost učenja i školovanja, tj. pripremanje ljudi za putovanja, s osnovnom porukom kako treba pronaći put do samoga sebe da bi se bolje razumjelo druge.

Ostvarenje uspješne interakcije turista i domaćina zavisi od njihove sposobnosti razumijevanja i prilagodbe kulturnim obrascima ponašanja predstavnika druge kulture. Zato suvremeni turizam, kao forma ljudskih komunikacija na sve većem civilizacijskom stupnju, nužno zahtijeva redovito i permanentno obrazovanje turističkih djelatnika sa širokim humanističkim, kulturnim i interkulturalnim sadržajima. Turističku ponudu treba obilježavati odgovarajuća kulturno-civilizacijska svijest neposrednih aktera u turističkom prometu, a i cijelog pučanstva regije odnosno države. Činjenica da se u osnovi turističkog proizvoda nalazi atraktivan i dragocjen prostor sa svojom prirodnom i društvenom sastavnicom, daje odgoju, obrazovanju i znanju posebnu dimenziju.

Budući da je Hrvatska turistička zemlja s trajnim opredjeljenjem razvoja turizma, kao jedne od strateški vodeće gospodarske grane, nužno ga treba promišljati, osmišljavati te oblikovati i na interkulturalnim načelima. Za uvođenje interkulturalne dimenzije u turizam, potrebite su inovacije školskog sustava, posebno u školovanju turističkih djelatnika i u turističkoj ponudi i realizaciji. Time će hrvatski turizam dobiti nove kvalitete u konkurenciji na domaćem, europskom i svjetskom tržištu. Zato bi, pri kreiranju opće i posebne prosvjetne politike Republike Hrvatske, bilo potrebno akceptirati i te spoznaje.

Literatura

- Alfieri, D. (1994), Turizam – izbor radova. Zagreb: Institut za turizam.
- Desinan, C. (1997), Orientamenti di educazione interculturale. Milano: Franco Angeli.
- Elaković, S. (1989), Sociologija slobodnog vremena i turizma. Beograd: Savremena administracija.
- Falanga, M. (1993), La prospettiva interculturale nell'ascuola elementare, Scuola Italiana Moderna, 14.
- Hitrec, T. (1995), Kultura, oslonac turističke politike Europske unije, Tourism, hospitality management, (2), 325 – 335.
- Horvat, B. (1999), Turizam u sociokulturološkoj perspektivi. Zagreb: Mikrorad.
- Jadrešić V. (2001), Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni, Zbornik istraživanja. Zagreb: Školska knjiga.
- Jafari, J. (1983), Razumijevanje strukture turizma. Naše teme, (9), 1316 – 1331.
- Krippendorf, J. (1974), Die Landschaftsfresser – Tourismus und Erholungslandschaft – Verderben oder Segen?, Bern und Stuttgart.
- Krippendorf, J. (1986), Putujuće čovječanstvo. Zagreb: Zavod za istraživanje turizma.
- Heršak, E. (ur.) (1998), Leksikon migracijskoga i etničkoga nazivlja. Zagreb: Institut za migracije i narodnosti i Školska knjiga.
- Nunez, Th. (1983), Turizam u antropološkoj perspektivi, Kultura, 60-61, 100 – 110.
- Oppenheimer, F. (1932), Zur Soziologie des Fremdenverkehrs, Archiv für den Fremdenverkehr, 2.
- Perotti, A. (1995), Pledoaje za interkulturalni odgoj i obrazovanje. Zagreb: Educa.
- Poletti, F. (1994), L'educazione interculturale. Firenze: La Nuova Italia.
- Przeclawski, K. (1983), Turizam kao faktor sociokulturnih promjena, Naše teme, (9), 1332 – 1340.
- Rizzi, F. (1992), Educazione e societa' interculturale. Brescia: Editrice La Scuola.
- Tomljenović, R., Faulkner, B. (1999), Turizam i interkulturalno razumijevanje: primjer hrvatskih srednjoškolaca u posjetu Španjolskoj, Grčkoj i Republici Češkoj, Turizam, (2), 108 – 131.
- Van Luyn, Adrian, H. (1998), L'Europa da comunita di valori divisi a comunita di valori morali, Orientamenti pedagogici, 45, 201 – 209.
- Vukonić, B. (1990), Turizam i religije. Zagreb: Školska knjiga.