

UVAŽAVANJE INTERKULTURALNOSTI KAO NAČIN RAZMIŠLJANJA

Nada Dikić,

Visoka hotelijerska škola, Beograd, Srbija
ndikic07@gmail.com

RESPECTING INTERCULTURAL DIFFERENCES AS A WAY OF THINKING

Abstract

From the earliest age, each of us carries elements of the culture of the society to which he/she belongs to. The learning is mostly imitative by nature. At a younger age, a child imitates the behavior and attitudes of parents and of those with whom they are most often in contact. Over time, the individual becomes aware of the thinking and models of actions that are considered acceptable in one culture. Organized forms of socialization, such as formal education, encourage new ways of behavior. The automatic impact of culture is generally appropriate when we share the same basic cultural assumptions with people of the same class, of the same origins and approximately same level of education. Lack of education can very badly affect the interactions between different cultures. There are cultural differences among people that shape their different behavior. Each of us has their own assumptions how an individual should behave, and the assumptions can be justified or unfounded.

Key words: culture, education, communication, intercultural communication, cultural values, cultural stereotypes, globalism.

Izvod

Svako od nas nosi elemente sopstvene kulture još od najranijeg uzrasta. Sama priroda učenja je uglavnom imitativna. Na nižem uzrastu, oponaša se ponašanje i stavovi roditelja i onih sa kojima se najčešće dolazi u kontakt. Vremenom, pojedinac postaje svestan razmišljanja i modela delovanja koja se smatraju prihvatljivim za parametre jedne kulture. Organizovani oblici socijalizacije, kao što su formalne vrste obrazovanja, podstiču nove načine ponašanja. Automatski uticaj kulture uglavnom je prikladan dok sa ljudima iz iste klase, istog porekla i približnog obrazovanja delimo iste osnovne kulturne pretpostavke. Nedostatak obrazovanja može se veoma loše odraziti na interakcije između različitih kultura. Među ljudima postoje kulturne razlike koje oblikuju njihovo različito ponašanje. Svako od nas poseduje pretpostavke o tome kako neko treba da se ponaša, a one mogu biti utemeljene i neutemeljene.

Gljučne reči: kultura, obrazovanje, komunikacija, interkulturalna komunikacija, kulturne vrednosti, kulturni stereotipi, globalizam.

UVOD

Kultura je termin koji svi koriste, ali njeno značenje ne tumače svi na isti način. Sociolog Gert Hofstede (Hofstede, 1980: 23) definiše kulturu kao skup zajedničkih mentalnih programa koji uslovljavaju odgovore pojedinca na okruženje. Kultura nije samo skup vidljivog ponašanja. Ona je duboko ukorenjena u svima nama. Spoljašnje odlike našeg društvenog ponašanja, kao što su naši maniri, način na koji razgovaramo sa drugima, način na koji se oblačimo, često su pojavni oblici skrivenih vrednosti i načela zasnovanih na kulturi. Hotelijerstvo i turizam su oblasti u kojima je jako važno poznavati i poštovati pripadnike drugih kultura. Kada pokušavamo da komuniciramo sa njima, treba da imamo u vidu da se kultura uči. Ona nam nije urođena, pa će tako čovek koji je rođen u Srbiji, od roditelja Srba, a zatim odveden u Ameriku i odrastao u američkoj porodici, u kulturnom smislu biti Amerikanac. Upravo zbog toga što se uči, kultura se menja kada njeni pripadnici dođu u kontakt sa pripadnicima drugih kultura, ili kada se njihove potrebe promene pod uticajem njihovog iskustva. U izvesnom smislu, kultura i njene vrednosti obezbeđuju nam dosledan okvir za organizaciju sopstvenih aktivnosti i predviđanje ponašanja drugih. Kada neki pripadnik druge kulture dođe u našu, odnosno, postane naš kolega, to može predstavljati izazov za naš sistem verovanja, pa takve ljude često doživljavamo kao pretnju. Na isti način i nas doživljavaju drugi, jer možemo predstavljati izazov uverenjima koja čine njenu osmovu. Gert Hofstede govori o tri nivoa programiranja uma:

-prvi nivo je ljudska priroda, a zasnovan je na opštim biološkim reakcijama kao što su glad, seksualnost, odbrana teritorije, podizanje potomaka, koje su zajedničke svim pripadnicima ljudske rase, ma gde živeli. Sama ljudska priroda je razlog što su mnoga ponašanja i shvatanja zajednička svim ljudima, iako potiču iz različitih kultura.

-drugi, srednji nivo je sama kultura koja se zasniva na zajedničkim iskustvima koja delimo sa određenom grupom ljudi. Kulturne vrednosti, stavovi i pretpostavke o očekivanom ponašanju su nešto što delimo sa određenom grupom ljudi, ali ne sa svima. Grupa može biti velika, nacionalnih razmera, a može biti i vrlo mala. Poslednjih godina mnoge organizacije su prepoznale moć kulture u oblikovanju vrednosti i delovanja pojedinca i potrudile su se da ustanove korporativnu kulturu koja aktivnosti različitih članova vezuje za zajedničke vrednosti i oblasti delovanja.

-treći, najvidljiviji nivo je sama ličnost pojedinca koja se zasniva na posebnoj genetskoj konstituciji i ličnim iskustvima koja svakog od nas čine jedinstvenim. Zbog toga, svakog od nas se ponaša i razmišlja znatno drugačije od drugih ljudi, čak iako potiču iz iste kulture. Kultura je nešto što je zajedničko grupi. To je organizovan sistem vrednosti, stavova, uverenja i značenja koji stoje u vezi jedni sa drugima i sa kontekstom. Najvažniji su nevidljivi delovi kulture, kao što su osnovne vrednosti, društvene strukture i načini razmišljanja. To znači da razumevanje kulture podrazumeva mnogo više od razumevanja

neposredno vidljivog ponašanja, kao što su rukovanja, nakloni i različiti oblici govora tela.

USLOVLJENOST MEĐUKULTURNE KOMUNIKACIJE

Međukulturna komunikacija je uslovljena, i samim tim, određena kulturom. Komunikacija kao razmena poruka između ljudi, osnova je izgradnje društvenog iskustva. Bez obzira šta radili, mi svesno ili nesvesno komuniciramo. Svaka neuspela komunikacija može se objasniti razlikama u kulturi. Komunikacija se vrši preko kodova, sistema znakova u kojima svaki znak predstavlja posebnu ideju. U komunikaciji postoje i konvencije, tj. dogovorene norme o tome kako, kada i koji će se kodovi konteksta koristiti. Važan deo komunikacije kod nekih kultura je tišina. Tišina ne mora uvek da znači odsustvo komunikacije, ona je često deo komunikacije. Istočnjacima treba više vremena da se uključe u razgovor, za razliku od Zapadnjaka. Duga tišina je, između ostalog, i znak poštovanja. Ako ljudi nemaju zajedničke kodove i konvencije, imaće problema u zajedničkoj komunikaciji. Kodovi i konvencije su, u najvećoj meri, određeni kulturom. Ako nam u restoranu privuče pažnju glasan razgovor za nekim stolom, ubrzo ćemo shvatiti da to mogu biti gosti sa Zapada, dok se za nekim drugim skoro šapuće, što ukazuje na to da su u pitanju gosti sa Istoka. Ni za jedan od ova dva načina komunikacije ne možemo reći da su neprikladni jer se radi o interkulturnoj različitosti.

Jezik je najočigledniji kod za komunikaciju. U jeziku spojevi zvukova predstavljaju elemente značenja, a mogu se spojiti tako da iskažu složenu poruku. Najveći broj jezika sadrži govorne šablone, nijanse i stilske figure koje samo dobri poznavaoци mogu prepoznati. Razvoj i velika pokretljivost ljudske rase doneli su nam hiljade različitih jezika, a uz to i različite dijalekte. U većini kultura različite grupe imaju svoj rečnik, argo, idiome. Ponekad su te razlike toliko izražene da govorimo o drugačijem dijalektu. Stručne ili društvene grupe mogu razviti svoj žargon i mogu ga koristiti da bi se razlikovale od nepripadnika grupi. Komunikacijske konvencije podrazumevaju načine na koji se jezik i drugi kodovi koriste u okviru određene kulture. I ovde dolaze do izražaja kulturne vrednosti i standardi, poput onih koji se temelje na kolektivizmu ili individualizmu. Predubedenja o tome koliko kvantitativno i koliko glasno treba govoriti, nisu iste u svim kulturama. Japanci pričaju tiho, Amerikanci mnogo i glasno. U Maleziji je tišina znak poštovanja. Tišina se u komunikaciji može koristiti smišljeno i planski. Izraz lica najvidljivije pokazuje osnovna ljudska osećanja, kao što su sreća, tuga, bes, iznenađenje. Izrazi lica kojima se oni pokazuju, instinktivni su i zajednički svim kulturama. Međutim, u većini kultura ljudi su naučili da svoja osećanja prikriju izrazom lica koji ne odaje ono što stvarno osećaju. To je karakteristično za upotrebu osmeha kojim se prikrivaju tuga ili bes. Osećanja se mogu sakriti i iza bezizražajnog izraza lica, mada je mimiku teško kontrolisati. Vešti pregovarači vode računa o tome da se sa njihovog lica ništa ne pročita. Otvoreno iskazivanje ličnih osećanja je u

kolektivističkim kulturama potisnuto, zato što može ugroziti sklad grupe. To je jedan od razloga zašto zapadni svet opisuje Japance i Kineze kao nedokučive i što mnogi turistički vodiči, u skladu sa svojim iskustvom i prethodno stečenim znanjima ne mogu da objasne.

KULTURNE RAZLIKE

Kulture se međusobno ne razlikuju samo u sadržaju, nego i u sveprisutnosti. U pojedinim društvima je ustanovljeno šta je ispravno ponašanje, dok neka druga društva mogu imati veću raznolikost i dopuštaju veće razlike. Treba imati u vidu da se narod i kultura ne mogu poistovetiti. Nacije se često formiraju zbog kulturnih sličnosti među različitim grupama stanovništva, a one tokom vremena pojačavaju pripadnost nacionalnoj kulturi pomoću zajedničkih institucija, obrazovnog i pravnog sistema, a naravno i masovnih medija. Naime, kako putovanja, poslovanje i mediji postaju sve više međunarodni, sve zemlje približavaju ka jednoj jedinoj kulturi, gubeći one posebne razlike koje svaku nacionalnu kulturu čine jedinstvenom. Tradicionalni kulturni obrasci su duboko usađeni.

Društva širom sveta prepoznaju vrednost različitosti među ljudima. Kulturne razlike nude širi raspon mogućih načina razmišljanja i delovanja. Kulture naginju ka tome da neke aspekte drugih društava prihvataju, dok ostale odbacuju. Društvo prihvata promene, ali se u suštini promena često stavlja u drugačiji kontekst da bi se uklopila u već postojeće kulturne modele. Evo jednog primera. Bez obzira na to što restorani Mekdonalds u celom svetu izgledaju skoro isto, doživljaj odlaska u Mekdonalds različit je kod Japanaca, Francuza, Amerikanaca ili Kineza. Naime, mnogi ljudi iz zapadnog sveta u Mekdonaldsu vide mesto u kome se kupuje brza hrana, dok je za Kineze to mesto u kome mogu da osete Ameriku (Tomas, 2011, 45).

Jedna od najvećih prepreka ka uspešnoj interakciji sa pripadnicima različite kulture je ta što mnogi svoje ponašanje zasnivaju na stereotipima, odnosno pretpostavci da su svi članovi jedne kulture isti. Činjenica je da je razumevanje drugih kultura često težak zadatak, ali ne i neizvodljiv. Kad smo u interakciji sa ljudima iz drugačijih kulturnih okvira, nespornosti i greške brzo dolaze do izražaja i mogu ozbiljno ugroziti novouspostavljene odnose. Moguće je uspešno delovati u različitim okvirima ako se nauče osnovna načela, usvoji svestan pristup i pokaže spremnost da se postupci drugih kultura razumeju. U savremenom poslovnom svetu, socijalne veštine, tj. umeće komuniciranja sa drugima, smatraju se ključnim kvalifikacijama. U većini kultura dobar deo vremena se potroši na interakciju sa drugim ljudima, u ličnoj komunikaciji, na sastancima, u telefonskim razgovorima i neformalnim društvenim skupovima. Veština međuljudskog ophođenja je od ključnog značaja. Svaki čovek u većoj ili manjoj meri ima vlastiti skup veštog socijalnog ponašanja koji je usko povezan sa očekivanjima sopstvene kulture. Pojedine socijalne veštine koje razvijamo u svojim kulturama sadrže i elemente kao što su spremnost da se

započne razgovor, pokazivanje interesovanja za druge ljude i umeće slušanja drugih, koji nam mogu pomoći pri različitim zaključivanjima. Kulturne razlike proširuju obim mogućnosti sa kojima se možemo sresti. Uobičajene veštine koje smo usavršili u okviru jedne kulture, u drugoj kulturi mogu imati potpuno suprotan učinak.

PRISTUP RAZLIČITIM KULTURAMA

U analiziranju informacija koje su nam predstavljene pomažu nam različiti mentalni procesi. Oni podrazumevaju svrstavanje drugih ljudi u različite kategorije na osnovu izvesnog broja informacija o njima. Prvi pokazatelj je spoljašnji izgled, onda pol, rasa, govor kao vrlo važna karakteristika. Skloni smo da ljude svrstavamo na osnovu tih i sličnih pokazatelja u tuđe ili u sopstvene grupe, odnosno vršimo kategorizaciju. Odnosno, ljude svrstavamo prema tome da li pripadaju ili ne pripadaju grupama čiji smo mi članovi. Kad zaokružimo kategoriju, njene članove opažamo kao međusobno slične. Suprotno tome, među članovima sopstvene grupe i dalje primećujemo razlike.

Kategorizacija ljudi utiče na naše stavove o njima i očekivanja od njih. Obično verujemo da svakog člana grupe odlikuje sličan skup osobina i ponašanja. Unapred očekujemo učtive Japance, društvene Irce i bučne Amerikance. Kad se na putovanju nađemo u istoj grupi sa njima, možemo doživeti razočaranje. Ta pojava se naziva stereotip, jer verujemo da sve jedinke koje su pripadnici iste kulture imaju iste ili sasvim slične osobine, a praksa je pokazala da nije baš tako. Kad stereotipi sadrže negativnu konotaciju, onda vode pojavi predrasuda i negativnom ponašanju. Oni mogu biti zasnovani na ograničenim informacijama ili na nekritički preuzetim stavovima uticajnih pojedinaca. Ljudi mogu da gaje čvrsta uverenja o drugoj kulturi, a da nikada nisu upoznali nijednog njenog pripadnika. Takva uverenja sama sebe održavaju jer smo zbog selektivnog opažanja skloni da usmerimo pažnju na događaje i ponašanja koja potvrđuju naše stereotipe, a da zanemarimo informacije koje ih opovrgavaju.

Kada dođemo u dodir sa drugim kulturama, svesno isključivanje automatskog uticaja vlastite kulture postaje neophodno. Vrlo je važno u poslovnim kontaktima obratiti pažnju na kontekst i biti svestan kulturnih razlika koje ne moraju biti negativne. I pored njih, može se pojaviti mnogo sličnosti između nas i ljudi iz drugih kulturnih miljea koje će nadvladati razlike jer one ne moraju biti uvek važne. U našoj međusobnoj komunikaciji je važno da obratimo pažnju na sadržaj i način tuđeg govora, svakako izraz lica i očiju, kao i otvorenost uma u sagledavanju događaja i korišćenje konteksta u cilju lakšeg razumevanja onoga što se događa. Korisno je postaviti se u položaj drugih ljudi kako bi se situacija i njihov odnos prema njoj shvatila iz ugla njihovog, a ne sopstvenog kulturnog okvira.

U prilikama u kojima dolazi do susreta drugačijih kultura mnogi od nas prave velike propuste koji se ne mogu kasnije ispraviti. Pojedinaac treba da bude

svestan osnovnih svojstava i predubedenja sopstvene kulture. Svako zaposlen u domenu turizma i hotelijerstva treba da nadogradi stečeno znanje o drugim kulturama, kako bi izbegao konflikte. Interkulturene razlike ne treba doživeti kao pretnju, pa samim tim je pogrešno unapred zauzeti negativan stav prema ljudima iz drugih kultura. Tuđe ponašanje ne mora biti zasnovano na istim ciljevima i motivima kao naše. Ponašanje koje je za nas primereno, pripadnicima druge kulture može se činiti neprimerenim, čak i nastranim. Teško je prilagoditi se životu i radu u drugoj kulturi. To stanje tzv. kulturnog šoka kod nekoga traje duže, a kod nekoga kraće. Često zbog toga nismo u stanju da sa pripadnicima drugih kultura razvijemo dugotrajne međuljudske odnose i da ih održavamo. Razgovor između naših gostiju i nas može da poprими neželjeni tok ako se ne snalazimo najbolje u komunikaciji i ako naši sagovornici koriste idiome i izraze iz slenga, što može da stvori nesporazume. Dublji smisao pojedinačnih reči, oko kojih je često ispletena čitava mreža složenih asocijacija, ukorenjenih u kulturi kojoj taj jezik pripada, može lako biti izgubljen. Bukvalno prevođenje može dovesti do nesporazuma i zbog toga što ne uzima u obzir lingvističke stilove karakteristične za neku kulturu. Raskošan stil arapskog jezika zbunjuje one koji nisu navikli na njega. Gosti iz arapskih zemalja će se truditi da na nas ostave utisak svojom retorikom preterivanja, metaforama i komplimentima. Skoro da nema tog oblika komunikacije prilikom kog Arapi ne osećaju potrebu za prenaglašavanjem stvari. Ako ih mi kao domaćini isuviše često nudimo hranom i pićem jer to smatramo gostoprимljivošću, oni neće reći samo ne, već će se i zakleti, kako bismo bili sigurni da je tako, da govore istinu.

INDIVIDUALIZAM I KOLEKTIVIZAM U KULTURI

Među kulturama ima različitog pristupa pojedincu i zajednici, što znači da se može govoriti o individualizmu i kolektivizmu. U individualističkim kulturama (Austrija, Belgija, Kanada, Izrael) ljude najviše zanimaju posledice nekog događaja na njih same, a ne na druge ljude, što znači da oni sebe postavljaju u centar dešavanja. Vole da aktivnostima upravljaju sami. Odluke donosi pojedinac, u skladu sa ličnom procenom. Dijametralno suprotan individualističkom pristupu je kolektivistički pristup. U kolektivističkim kulturama (Čile, Kolumbija, Kostarika, Indonezija) ljudi sebe doživljavaju kao članove grupe, a ne kao nezavisne pojedince. Odluke se temelje na zajedničkom stavu povodom nekog pitanja, pri čemu se uzima u obzir dobrobit svih članova grupe. Neophodna je razmena mišljenja i saglasnost svih članova. Ovakav pristup ne znači da se individualizam i kolektivizam međusobno isključuju. Oni predstavljaju dimenzije po kojima se mogu razumeti različite kulture i najmoćnija merila različitosti. Individualizam i kolektivizam mogu biti osnova za opisivanje nacionalne kulture u smislu njenog pozicioniranja, kao i za poredenje bilo koje dve nacionalne kulture po istom kriterijumu. Kolektivizam ne dovodi u pitanje odluku koja je doneta, već ko ju je doneo i kako je doneta.

U individualističkoj kulturi odluku donosi pojedinac, posebno ako u društvu vlada pravilo hijerarhije, a onaj ko je doneo odluku i zvanično ima moć. U kolektivističkoj kulturi se očekuje da kolektiv raspolaže pravim informacijama, da bude uključen u dešavanja i da na taj način učestvuje. Ljudi iz individualističkih kultura obično se zauzimaju za svoja prava i ideje i odolevaju pritisku grupe, dok su oni koji potiču iz kolektivističkih kultura pod većim uticajem konteksta i ideja drugih ljudi koji ih okružuju. Važan efekat individualizma su i veliko samopoštovanje i optimizam pojedinca. Pošto Amerikanci važe za pripadnike individualističke kulture, od njih se pre može očekivati da precene svoje sposobnosti i izgleda za uspeh, nego kolektivistički orijentisani Japanci. Amerikanci su, pre svega, usmereni na reči kojima neko prenosi svoje ideje, informacije i osećanja. Oni, uglavnom, nisu naučeni da čitaju neverbalne poruke koje im upućuju drugi ljudi, što zaposlenima u turizmu i hotelijerstvu može predstavljati nedoumicu. Zato Japanci zameraju takav stav, smatrajući da sve treba da se kaže, jer može doći do interkulturalnih konflikata. Kultura, takođe, određuje koje će odluke ljudima biti prihvatljive. Pojedinačna stimulacija na učinak može dati dobre rezultate u individualističkoj, ali ne i u kolektivističkoj kulturi. Grupna rasprava o problemu uz učešće svih može biti bespredmetna pripadnicima individualističke kulture zbog usporenog procesa donošenja odluka. U kulturi sa velikom distancom moći ljudi očekuju i podržavaju autokratsko ponašanje zvaničnika, dok pripadnici kulture sa malom distancom odbacuju takvo ponašanje. Postoje velike razlike u motivaciji između različitih kulturnih grupa. Ako se obrati pažnja na one razlike u motivaciji koje se zasnivaju na kulturi, onda se bolje razumeju metode i kriterijumi koje pri donošenju odluka koriste poslovni partneri drugačijeg kulturnog porekla.

Nedavno su dva istraživača ispitivala razlike u načinu na koji su pripadnici zapadne kulture i pripadnici istočnoazijskih kultura posmatrali nekoliko različitih događaja. Jedan od događaja je bio otpuštanje jednog broja zaposlenih iz velikog hotelskog lanca. Otkrili su da pripadnici istočnoazijskih kultura imaju veći osećaj lične odgovornosti. To ih čini svesnijim posledica koje događaji ostavljaju na širu društvenu sredinu.

Ključna veština u međukulturalnoj komunikaciji je prilagodljivost. Nezavisno od toga kakvo je okruženje, svaka situacija je jedinstvena i podrazumeva interakciju sa drugim ljudima. Umešni poznavaoци socijalnih veština moraju biti sposobni da svoj opšti pristup i specifične interakcije prilagode karakteristikama određene situacije i očekivanjima ostalih učesnika. Individue se i u okviru neke određene kulture razlikuju po tome do koje mere usaglašavaju svoje ponašanje sa važećim kulturnim normama.

Kulturni šabloni utiču i na donošenje odluka. Kultura utiče na to šta se procenjuje kao poželjan i odgovarajući način da se ostvare neki ciljevi. Kulture se često razlikuju u pogledu kriterijuma prema kojima procenjuju ishod odluke. U nekim kulturama odluke se temelje na racionalnosti, a u nekim drugim na tradiciji ili običajima. Kultura nameće ograničenja o tome šta je prihvatljivo u nekoj zemlji. U nekim zemljama je neprihvatljivo da se žene postavljaju na

visok položaj, koliko god ispunjavale kriterijume za tako nešto. U drugim zemljama je nedopustivo kršenje verskih tabua, ma kakav posao bio u pitanju. U turizmu i hotelijerstvu je neophodno poznavati i poštovati kulturne različitosti.

KULTURNI OBRASCI

Motivacioni obrasci nisu isti ni kod svih pojedinaca, ni u svim kulturama. Shodno tome, težnja ka pojedinačnom uspehu verovatno će biti izraženiji u individualističkim kulturama, dok će nastojanje da se uspostave dobri međusobni odnosi prednjačiti u kolektivističkim kulturama. Dokazano je da stepen izraženosti motiva postignuća koji je definisan kulturom direktno doprinosi stepenu preduzetništva u društvu. U svim kolektivima najvažnija strana motivacije je vrednovanje rezultata i priželjkivanje nagrada. Kolektivistička društva sklonija su ravnomernoj raspodeli nagrada unutar sopstvene grupe, dok se u individualističkim društvima veruje da rad pojedinca treba da bude nagrađen u skladu sa stepenom njegovog doprinosa. U individualističkim kulturama ljudi su zainteresovani za sebe, radije rade samostalno i očekuju da pojedinac donosi odluke u skladu sa svojom procenom i unapred određenim nagradama. U kolektivističkim kulturama ljudi sebe doživljavaju kao članove grupe ili kolektiva, daju prednost grupnim aktivnostima i očekuju saglasno i dogovorno donošenje odluka koje vode računa o posledicama odlučivanja na sve članove. U vezi s tim, očekuje se i različito shvatanje liderstva, kao i različiti načini rukovođenja. Zapadne zemlje teže ka individualizmu, pa se i lideri i sledbenici trude da ostvare sopstveni uticaj i ostvare ciljeve. Za razliku od njih, u kolektivističkim društvima je izvesnije da će lider u donošenje odluka uključiti ostale jer je to zajedničko očekivanje. U pojedinim kulturama se vrednuje formalnost, pa se od lidera očekuje da poštuje odgovarajuće običaje i pravila. U kulturama koje poštuju tačnost, očekuje se da se toga svi pridržavaju. U društvima koja su okrenuta ka budućnosti, od lidera se očekuje da se usredsredi na dugoročnu strategiju. Uvažavanje različitosti je pozitivan cilj multinacionalnih korporacija, ali mehanizam za postizanje tog cilja mora uzeti u obzir lokalne specifičnosti.

I individualistički i kolektivistički pristup posebno dolaze do izražaja u timskom radu. Svaki član tima jasno usvaja ponašanje i pravila svog kulturnog porekla. Svako u grupu donosi nove ideje o poželjnom načinu rada koje su zasnovane na vlastitoj kulturi. U načinu njihove međusobne interakcije skoro da i nema tragova svesnosti. Svi se uglavnom drže predodređenih scenarija svoje kulture, kako u ponašanju, tako i u stavovima. Pojedine grupe mogu svojim prirodnim delovanjem spontano da stvore dinamiku ili novinu u radu koje su vrlo značajne. Prisustvo različitih kultura stavlja na raspolaganje veći obim stavova i shvatanja, usled čega one predstavljaju potencijalnu prednost u mnogim situacijama. U sve globalnijem svetu grupe mogu biti sastavljene od članova koji se razlikuju po kulturi, upravo zbog jedinstvenog znanja koje imaju

o sredinama drugačijeg kulturnog okvira. Raznolikost grupe donosi širok raspon ideja i gledišta. Različitost u kulturi podstiče različitost u idejama. Važan činilac u okviru grupe je relativna kulturna distanca članova grupe. Ona označava stepen u kome se pojedinačni član oseća drugačijim od ostalih članova grupe. Osobe koje se minimalno razlikuju po kulturi od drugih u grupi mogu lakše da se uključe u aktivnosti grupe nego oni koji se mnogo razlikuju. Ljudi su obično svesni velikih napora koji se ulažu za prevazilaženje ekstremnih kulturnih razlika, pa će se radije povući iz grupe i zadržati svoje mišljenje za sebe nego što će pokušati da prevaziđu ono što im se čini kao nepremostiv jaz.

ZAKLJUČAK

Komunikacija je osnova svih društvenih interakcija i odnosa. Interkulturalna komunikacija krije mnogo prepreka za međusobno razumevanje jer pojedinci iz različitih kultura nemaju iste kulturne okvire. Koliko god da su jezičke veštine bitne, ona obuhvata mnogo više od same razlike u jezicima. Jezički kodovi i konvencije, utemeljeni na kulturi, podrazumevaju neverbalne znakove i stilove komunikacije. Kultura snažno utiče na gotovo sve aspekte ljudskih težnji i nastojanja. Turizam i hotelijerstvo su oblasti kojima se ne možemo uspešno baviti, ako ne poznajemo karakteristike interkulturalne komunikacije.

Kultura nije napabirčeni zbir običaja i ponašanja, nego su to vrednosti, stavovi i pretpostavke o ponašanju koji su zajednički ljudima iz određenih grupa. Ona je sistematična i organizovana, razvila se kroz vreme kao rezultat učenja ljudi, u cilju prevazilaženja zajedničkih problema. Kultura je zajednička tvorevina, ona se prenosi iz generacije u generaciju. Kulture se mogu definisati prema njihovim vrednostima, osnovnim uverenjima ljudi iz okvira jedne kulture o poželjnom uređenju stvari i ponašanju pojedinca. I pored toga što ima određujući uticaj na ponašanje, njeni najvažniji aspekti su nevidljivi. Važna obeležja svake kulture su individualizam i kolektivizam.

Fenomen kulturnih razlika tiče se svih nas, bez obzira kojoj kulturi pripadamo. Teže je baviti se kulturom nego nekim drugim uticajima (geopolitičkim, etničkim, i sl.) zato što veliki deo kulture funkcioniše nevidljivo. Ispravan pristup pripadnicima drugih kultura podrazumeva razumevanje načela interakcije, razvijanje svesnog pristupa, kao i sticanje veština koje će omogućiti komunikativnu uspešnost. U savremenom globalnom okruženju, uspešna interakcija sa različitim kulturama postaje prioritetni zahtev.

Najveći deo aktivnosti izvodimo pod automatskim uticajem kulture, unutar koje isprogramiranost našeg uma upravlja ponašanjem bez mnogo svesnog razmišljanja. Zahvaljujući toj isprogramiranosti, možemo uobičajene dnevne radnje da obavljamo bez aktivnog razmišljanja o svemu što radimo. Međutim, takvo odsustvo svesnosti u ponašanju može stvoriti problem u interakciji sa ljudima iz različitih kultura. Savremene tendencije zahtevaju od pojedinaca da povećaju repertoar svojih veština, posebno u domenu socijalnog ponašanja i da budu spremni da ih prikladno koriste u različitim kulturnim okolnostima. Voditi

druge ka ciljevima samo po sebi je teško. Kada se tome doda dinamika interakcije različitih kultura, izazov biva mnogo veći. Turizam i hotelijerstvo su oblasti u kojima u najvećoj meri, zbog velikog broja kontakata, treba nedvosmisleno poznavati zahteve, pojedinosti, karakteristike i tendencije interkulturnog komuniciranja.

LITERATURA:

Avijucki, V. (2013) *Kontinentalne geopolitike*, Beograd: Clio.

Appiah, A. (2006) *Cosmopolitanism: ethics in a world of strangers*, New York: Norton.

Berk, P. (2011) *Osnovi kulturne istorije*, Beograd: Clio.

Dikić, N. (2016) *Poslovna komunikacija*, Beograd: Visoka hotelijerska škola.

Hall, E. (2010) *Beyond culture*, New York: McGraw-Hill.

Kuncevič, P. (2000) *Legenda Evrope*, Beograd: Clio.

Lucas, S. (2004) *The art of public speaking*, New York: McGraw-Hill.

Rotenberg, A. (2010) *Kreativnost i ludilo*, Beograd: Clio.

Tabš, S. (2013) *Komunikacija: principi i konteksti*, Beograd: Clio.

Tomas, D. (2015) *Kulturna inteligencija*, Beograd: Clio.