

# SPORT, KULTURA I INTERKULTURALNE KOMUNIKACIJE

---

**Bačić, Dino**

**Master's thesis / Diplomski rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Economics in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:145:131276>

*Rights / Prava:* [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-07-13**



*Repository / Repozitorij:*

[EFOS REPOSITORY - Repository of the Faculty of Economics in Osijek](#)



Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij Poslovna ekonomija – smjer: *Menadžment*

Dino Bačić

## **SPORT, KULTURA I INTERKULTURALNE KOMUNIKACIJE**

Diplomski rad

Osijek, 2023.

Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku

Ekonomski fakultet u Osijeku

Sveučilišni diplomski studij Poslovna ekonomija – smjer: *menadžment*

Dino Bačić

## **SPORT, KULTURA I INTERKULTURALNE KOMUNIKACIJE**

Diplomski rad

Kolegij: Interkulturalne poslovne komunikacije

JMBAG: 0010226918

e-mail: [dbacic@efos.hr](mailto:dbacic@efos.hr)

Mentor: prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić

Osijek, 2023.

Josip Juraj Strossmayer University of Osijek  
Faculty of Economics and Business in Osijek  
Graduate Study; the study program: *management*


Dino Bačić

**SPORT, CULTURE AND INTERCULTURAL  
COMMUNICATIONS**

Final paper

Osijek, 2023.

**IZJAVA**  
**O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI,**  
**PRAVU PRIJENOSA INTELEKTUALNOG VLASNIŠTVA,**  
**SUGLASNOSTI ZA OBJAVU U INSTITUCIJSKIM REPOZITORIJIMA**  
**I ISTOVJETNOSTI DIGITALNE I TISKANE VERZIJE RADA**

1. Kojom izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je diplomski (navesti vrstu rada: završni / diplomski / specijalistički / doktorski) rad isključivo rezultat osobnoga rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu. Potvrđujem poštivanje nepovredivosti autorstva te točno citiranje radova drugih autora i referiranje na njih.
2. Kojom izjavljujem da je Ekonomski fakultet u Osijeku, bez naknade u vremenski i teritorijalno neograničenom opsegu, nositelj svih prava intelektualnoga vlasništva u odnosu na navedeni rad pod licencom *Creative Commons Imenovanje – Nekomercijalno – Dijeli pod istim uvjetima 3.0 Hrvatska*. 
3. Kojom izjavljujem da sam suglasan/suglasna da se trajno pohrani i objavi moj rad u institucijskom digitalnom repozitoriju Ekonomskoga fakulteta u Osijeku, repozitoriju Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku te javno dostupnom repozitoriju Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu (u skladu s odredbama Zakona o visokom obrazovanju i znanstvenoj djelatnosti, NN 119/2022).
4. izjavljujem da sam autor/autorica predanog rada i da je sadržaj predane elektroničke datoteke u potpunosti istovjetan sa dovršenom tiskanom verzijom rada predanom u svrhu obrane istog.

**Ime i prezime studenta/studentice:** Dino Bačić

**JMBAG:** 0010226918

**OIB:** 82835308144

**e-mail za kontakt:** bacic.dino1@gmail.com

**Naziv studija:** Sveučilišni diplomski studij Poslovne ekonomije

**Naslov rada:** Sport, kultura i interkulturalna komunikacija

**Mentor/mentorica rada:** prof. dr. sc. Ivana Barković Bojanić

U Osijeku, 2023. godine

Potpis:



## **Sport, kultura i interkulturalne komunikacije**

### **SAŽETAK**

Kultura je skup različitih tradicija, običaja, vjerovanja, ideja, znanja, praksi ili pak obrazaca ponašanja. Sport kao fizička aktivnost, što onih koji se njome bave, a što onih koji ju prate čime stvaraju navijačku supkulturu, prisutna je u svakodnevnom životu ljudi zbog čega se ne može negirati povezanost kulture i sporta. Kako u nekim društvima postoje vjerovanja, tradicija, običaji ili obrasci ponašanja karakteristični za kulturu njihovog društva tako u tim društvima postoje sportovi koji su karakteristični za ta društva dok su za druga društva manje karakteristični ili možda uopće nisu karakteristični za ta društva. Kako bi se kulture međusobno mogle razumjeti kao i nekakva sportska obilježja koja su sastavni dio kulture, ali i navijačka supkultura koja je dio sportske kulture potrebna je interkulturalna komunikacija, tj. komunikacija između više različitih kultura, koja uvelike olakšava shvaćanje neke druge kulture, a samim time i njezine sportske kulture i, sukladno tomu, omogućava prilagodbu ponašanja u skladu s drugom kulturom kada dođe do komunikacije s istom. Sportska kultura usko je povezana s kulturnim vrednotama društva za koje je karakteristična. Može se reći da, ona društva, tj. države, koje organiziraju različite sportske manifestacije ili natjecanja nastoje iskoristiti tu priliku kako bi, barem minimalno, prenijeli svoje običaje i kulturu drugim državama sudionicima tih manifestacija ili natjecanja kao i onima koji takve manifestacije ili natjecanja prate.

### **Ključne riječi:**

Kultura, sport, navijačka supkultura, sportska kultura, interkulturalna komunikacija

## **Sport, culture and intercultural communications**

### **ABSTRACT**

Culture is a set of different traditions, customs, beliefs, ideas, knowledge, practices or patterns of behavior. Sport as a physical activity, what about those who engage in it and what about those who follow it, creating a fan subculture, is present in people's everyday life, which is why the connection between culture and sport cannot be denied. As in some societies there are beliefs, traditions, customs or patterns of behavior characteristic of the culture of their society, so in these societies there are sports that are characteristic of those societies, while for other societies they are less characteristic or perhaps not characteristic of those societies at all. In order for cultures to be able to understand each other, as well as certain sports characteristics that are an integral part of culture, but also the fan subculture that is part of sports culture, intercultural communication is needed, i.e. communication between several different cultures, which greatly facilitates the understanding of another culture and thus of its sports culture and, accordingly, enables the adaptation of behavior in accordance with another culture when communicating with it. Sports culture is closely connected with the cultural values of the society for which it is characteristic. It can be said that those societies, i.e. states, which organize various sports events or competitions, try to use this opportunity to, at least minimally, transfer their customs and culture to other countries participating in those events or competitions, as well as to those who monitor such events or competitions.

**Keywords:** sport, culture, fan subculture, sports culture, intercultural communications

# Sadržaj

<b>1. Uvod .....</b>	<b>1</b>
<b>2. Kultura .....</b>	<b>4</b>
<b>2.1. Diferenciranje pojmova .....</b>	<b>6</b>
2.1.1. Supkultura .....	6
2.1.2. Kulturni identitet .....	9
2.1.3. Kulturna inteligencija, kulturni pluralizam i multikulturalizam .....	10
<b>2.2. Obilježja kulture.....</b>	<b>14</b>
<b>3. Sport.....</b>	<b>16</b>
<b>3.1. Povijesni razvoj sporta.....</b>	<b>19</b>
<b>3.2. Važnost i utjecaj sporta na određenom području .....</b>	<b>21</b>
<b>3.3. Povezanost sporta i kulture .....</b>	<b>23</b>
<b>4. Interkulturalna komunikacija .....</b>	<b>25</b>
<b>4.1. Pojam interkulturalne komunikacije.....</b>	<b>26</b>
4.1.1. Međunarodni kontakt .....	28
4.1.2. Aspekti interkulturalne komunikacije .....	29
4.1.3. Izazovi interkulturalne komunikacije.....	30
<b>4.2. Utjecaj interkulturalne komunikacije .....</b>	<b>31</b>
<b>4.3. Interkulturalni utjecaj na sport .....</b>	<b>32</b>
<b>5. Izabrani primjeri.....</b>	<b>35</b>
<b>5.1. Poslovni primjeri različitih država .....</b>	<b>35</b>
5.1.1. Arapska i islamska kultura.....	35
5.1.2. Francuska .....	36
5.1.3. Grčka .....	37
5.1.4. Indonezija.....	38
5.1.5. Italija .....	38
5.1.6. Izrael .....	39
5.1.7. Japan .....	39
5.1.8. Njemačka .....	40
5.1.9. Rusija .....	41
5.1.10. Španjolska .....	42



<b>5.2. Sportski primjeri .....</b>	<b>42</b>
5.2.1. Apartheid.....	42
5.2.2. Borbe bikova i pijetlova.....	43
5.2.3. Bostonski maraton .....	44
5.2.4. Golf .....	45
5.2.5. Haka .....	45
5.2.6. Nogometna liberalnost .....	46
5.2.7. Sport u Indiji .....	46
5.2.8. Sumo hrvanje .....	48
5.2.9. Tour de France .....	48
5.2.10. Povezanost kulture i sporta s interkulturalnom komunikacijom.....	48
<b>Literatura .....</b>	<b>53</b>

## 1. Uvod

Riječ kultura dolazi od latinskog izraza *cultura* što znači oplemenjivanje, uzgajanje, obrađivanje, a kada se taj izraz primijeni na pojedinca, tada predstavlja humanizaciju ljudske prirode. U samim počecima njezina korištenja označavala je način života jednog naroda pa sve do danas kada ima isto, ali prošireno značenje. Današnje prošireno značenje kulture veže se za način života pojedinca, nešto što je naslijeđeno obiteljski ili društveno u cjelini te se prenosi s koljena na koljeno, obrazac ponašanja te određivanje mehanizama za regulirano ponašanje. Nadalje, predstavlja tehnike pomoću kojih se pojedinac prilagođava i prihvaća u društvu, obrazac za rješavanje postojećih problema. Kultura ima svoje materijalne i nematerijalne aspekte gdje se materijalni aspekti promatraju kroz objekte, arhitekturu i tehnologiju, a nematerijalni kroz vjerovanja, ideje, vrijednosti i norme. Svime navedenim, kulturu generalno treba povezati sa sportskom kulturom koja predstavlja količinu informacija, znanja, načina razmišljanja, djelovanja i osjećanja koja su vezana za zdrav život i važnost bavljenja tjelesnom aktivnošću kako bi se poboljšao zdravstveni karton pojedinca, a samim time djelovanjem pojedinca na grupu, i zdravstveni karton društva.

Nedostatak tjelesne aktivnosti, stres, niska primanja i siromaštvo, loši uvjeti stanovanja, nedovoljan životni prostor, neodgovarajuća medicinska i socijalna briga, pušenje i prekomjerna konzumacija alkohola, brza hrana te život na marginama društva su čimbenici koji odvlače pojedinca i društvo od kreiranja vlastite sportske kulture i naglaska na bavljenje sportom te podržavajući zdrav način života. Svi navedeni čimbenici su moderan problem kojega se može vezati za određene nedostatke u odgoju, obrazovanju, politici države te javnom mnijenju, ali i mentalitetu stanovnika određene države.

Počeci sporta vežu se uz Grčku i Rimsko Carstvo koji su razvili praktičan pristup odgoju i obrazovanju svojih dječaka rukovanjem mačem, kopljem, lukom i strijelom, ali su isto tako postojala udruženja s kojima se moglo trenirati trčanje, igranje loptom, skakanje s motkom, bacanje diska i kamena te hrvanje. Od samih početaka mlade se učilo tjelesnoj aktivnosti koja se kasnije konvertirala u bavljenje određenim sportom. Odabir sporta uvelike određuje mentalitet stanovništva države, geografski položaj države, vodstvo države ali i sportski uspjeh države. Mentalitet stanovništva je zasigurno najvažniji čimbenik koji utječe na odabir sporta kao aktivnosti kojoj će društvo pokloniti svoje vrijeme iz razloga jer države koje imaju ambiciozne, radne i disciplinirane navike tako pokreću ljude u okolini na bavljenje sportom, a svi ostali čimbenici dolaze sami jer je prvi korak najvažniji. Geografski položaj države

određuje sport kojim će se stanovništvo određene države baviti tako da razni geografski čimbenici osim položaja kao npr. klima, susjedne države, okruženost morem i planinama i dr. određuju nacionalni sport države. Vodstvo države potiče sport kroz kvalitetan sustav obrazovanja i sporta, promicanje sporta za najmlađe uzraste i tako im nastoji usaditi naviku bavljenja tjelesnom aktivnošću od najranijih dana, što je slučaj u uređenim država koje žele izbjeći moderan trend prekomjernog korištenja tehnologije koji koči mlade te pretilosti u kojem, nažalost, Hrvatska drži sami vrh. Sportski uspjeh i rezultat države je sigurno okidač koji pokreće društvo na sport, a svaki uspjeh trebao bi periodično pokrenuti lavinu novih tjelesnih aktivnosti ovisno o sportu u kojemu država ostvari rezultat. Sve navedene čimbenike može se povezati u kulturni identitet države koji je zapravo samo jedan dio interkulturalnih komunikacija koje treba shvatiti.

Interkulturalne komunikacije predstavljaju sposobnost pojedinca ili grupe pojedinaca da razumiju, shvaćaju, prihvaćaju i neutraliziraju različitosti drugih kultura, jezika i običaja odnosno, sposobnost komuniciranja s drugim kulturama. Sport je upravo taj kroz kojega se može detaljno promatrati takav oblik komunikacije. Kroz sport se promiče kulturni identitet države i njenih stanovnika, prikazuje se izraženi ili manje izraženi kulturni šok, razumijevanje supkulture, pluralizma i multikulturalizma, a upravo su Olimpijske igre pravo mjesto gdje se mogu pronaći mnogi primjeri za navedene čimbenike koji će se pojedinačno objasniti u radu.

Predmet istraživanja i ciljevi diplomskog rada su pobliže dokazati da ključni pojmovi u radu kao što su kultura, sport i interkulturalna komunikacija nemaju jedinstvenu definiciju te da se razlikuju ovisno o autorima i stajalištima istih. Nadalje, promatrajući svaki pojam zasebno, pojasnit će se međusobna povezanost, kako se doživljavaju i shvaćaju u različitim sredinama, koliko znače stanovnicima određenog prostora te koliku ulogu imaju u oblikovanju i razvoju stanovnika države. Pojasnit će se i razlike s kojima se pojedinci suočavaju prilikom upoznavanja kultura i obilježja drugih što utječe na lakše razumijevanje i prihvaćanje istih.

Ovaj diplomski rad sastoji se od šest poglavlja uključujući uvodno i zaključno poglavlje. Drugo poglavlje se odnosi na kulturu i pojmove koji su usko vezani uz kulturu i temu diplomskog rada, a to znači da će se supkultura, kulturni identitet, kulturna inteligencija te kulturni pluralizam i multikulturalizam pobliže objasniti u radu. Treće poglavlje je poglavlje o sportu u kojem će biti riječi o povijesnom razvoju sporta, važnosti i utjecaju sporta na određenom području te povezanosti sporta i kulture. Četvrto poglavlje namijenjeno je za interkulturalne komunikacije u kojem će se definirati pojam te utjecaj interkulturalnih komunikacija na sport. Peto poglavlje je vezano za primjere koji ukazuju na interkulturalne

različitosti pojedinih zemalja, ali i različito poimanje sporta kao važnog čimbenika u stvaranju identiteta države.

Znanstvene metode koje su korištene u diplomskom radu su deskriptivna, induktivna, klasifikacijska, metoda analize i metoda sinteze. Deskriptivna metoda korištena je prilikom pojmovnog određenja i prilikom definiranja. Tako su se ovom metodom iznijele definicije npr. kulture, supkulture, kontrakture, kulturnog identiteta, multikulturalizma, interkulturalne komunikacije te sporta. Induktivna metoda korištena je uslijed donošenja zaključka o određenim pojmovima na temelju činjenica o kulturi, interkulturalnoj komunikaciji i sportu koji su u konačnici rezultirali dokazima o povezanosti svih navedenih pojmova. Metoda klasifikacije korištena je u svrhu podjele i definiranja pojmova koji su u uskoj vezi s ključnim pojmom. Tako se ova metoda koristila prilikom navođenja i objašnjenja obilježja kulture te kriterija koje sportovi moraju ispuniti. Metoda analize korištena je kod pojmova koji su zbog svoje kompleksnosti, rastavljeni na dijelove zbog lakšeg shvaćanja pojma i njegovih sastavnih dijelova. S obzirom na široko područje koje kultura obuhvaća, kako bi se lakše shvatilo što je kultura zapravo, navedeni su i objašnjeni pojmovi poput kulturnog identiteta, supkulture, multikulturalizma te kulturnog pluralizma. Metoda sinteze kao takva omogućuje pregled cijelog rada obuhvaćanjem svih bitnih dijelova rada te njegovih pojmova, podataka i činjenica koji su prikupljeni navedenim znanstvenim metodama.

## 2. Kultura

Pojam kulture teško je jedinstveno definirati jer njena povijest seže u vremena kada se čovjek razvijao kao ljudsko biće, što znači da su rasli zajedno. Mnogi autori definiraju kulturu kao ukupnost društvenih ustanova, vrijednosti, stavova, normi, vrijednosnih prosudbi, načina ponašanja u određenoj zajednici. Svaki čovjek svojim rođenjem ima nametnutu kulturu područja na kojem obitava, ona se uči komunikacijom između članova zajednice, a to omogućuje daljnje prenošenje saznanja i spoznaja na nove naraštaje koji će rezultirati daljnjim razvojem kulture (Proleksis enciklopedija, 2012). Svako ljudsko biće uči se kulturi pa tako sve one procese i aktivnosti koje ne može obavljati samostalno mora naučiti kada za to dođe vrijeme, a tako je i s kulturom. Mora naučiti obrasce ponašanja, jezik, znanja i još mnogo toga kako bi se oblikovao kao osoba, a oblikovat će se cijeli život uz učenje. Svaki pojedinac naučit će nešto na drugačiji način, na način kako drugi pojedinci u društvu nisu naučeni i to je važna karakteristika kulture u kojoj se ukazuje na to da je ona zajednička (Musa, 2009).

Kako je već navedeno, pojam kulture je teško jednoznačno definirati i on kao takav nema jedinstvenu i univerzalnu definiciju stoga, višeznačnost pojma kulture se najčešće koristi u sociologiji, antropologiji i etnografiji gdje se njena definicija formira s obzirom na disciplinu u kojoj se koristi. Antropologija je znanstvena disciplina čiji se počeci vežu za kraj 19.stoljeća gdje je glavni cilj bio ukazati na kulturne razlike prema mjerilima zapadne civilizacije te ih na taj način opisati i interpretirati. Osnivač antropologije E. Taylor je mišljenja da je kultura cjelina uz koju se vežu znanja, vjerovanja, umjetnosti, moral i običaji koje pojedinac stječe u društvenoj zajednici (Bedecković, Lukačević, 2011).

Sasvim suprotni osjećaji i stavovi između kulture i pojedinca taj odnos čine ambivalentnim iz razloga jer pojedinci istodobno uživaju kulturu, a s druge strane su i žrtve vlastite kulture. Jezik i kultura su dva čimbenika koji imaju veliki utjecaj na ponašanje pojedinca. Oni uvelike utječu na originalnost, kreativnost, inteligentnost i fleksibilnost u ponašanju pojedinca za razliku od ponašanja životinja čiji su tjelesni kapaciteti ograničeni za prenošenje znanja. S druge strane, pojedinac koristeći jezik i kulturu, može prikazati i ona nerealna, neuljudna, neinteligentna, neprimjerena ponašanja u određenim situacijama pa se time može zaključiti kako je čovjek jedino živo biće koje ima mogućnost posjedovanja kulture i sposobnost prenošenja iste (Huxley, 1980).

Polazeći od činjenice da grupa ljudi koja je okružena istom kulturom, a samim time dijele zajedničke norme, stavove, vjerovanja i ideale, kultura društva se može promatrati kao savršeno mjesto u kojem može i sasvim je prirodno da dođe do miješanja kulture odnosno, da se pojave suprotne vrijednosti, obrasci ponašanja od dominantne kulture društva. U toj situaciji čovjeka treba promatrati kao pojedinca koji je u stalnom doticaju i neprestano izložen situacijama u kojima mu je nametnuta druga kultura te je sasvim prirodno da je u interakciji s drugim kulturama tako podložan promjenama (Bedeković, Lukačević, 2011). Nastavno na tu situaciju, dolazi se do pojma multikulturalizma kojeg će se detaljnije objasniti u nastavku rada. Različitosti u kulturama se pokušavaju izjednačiti kroz povezivanje kultura, a time se potiče kulturni pluralizam koji će se također detaljnije objasniti u nastavku. Kroz povijest je prikazano da kultura ima iznimne pozitivne učinke na užu i širu zajednicu, no različitosti u kulturama pokreću klasne i civilizacijske sukobe, a kulturnu složenost i opsežnost kao pojam promatra posebna znanstvena disciplina, kulturologija.<sup>1</sup> Mnogi autori smatraju da su pojmovi društvo i kultura usko povezani, a neki čak idu toliko daleko pa im daju isto značenje. Društvo predstavlja skupinu ljudi koji su povezani zajedničkim odnosom odnosno, čine jake strukture koje počivaju na njegovanju zajedničke kulture. Isto tako njihova povezanost se očituje u tome da ne mogu jedno bez drugoga tj. društvo bez kulture nije društvo pa tako ni kultura bez društva nije kultura (Musa, 2009).

Mnogo je primjera pomoću kojih se može percipirati kultura, ali isto tako ponašanje i komunikacija. Prema Samovaru et al. (2013), neki od primjera su da ljudi na Filipinima i u Kini konzumiraju pse, dok se u mnogim europskim državama, ali i u SAD-u psi percipiraju kao kućni ljubimci, a neki idu toliko daleko da ih smatraju članovima obitelji. Ljudi u Kabulu se mole pet minuta na dan sjedeći, dok ljudi u Las Vegasu provedu cijelu noć kockajući. Nadalje, neki ljudi boje i uređuju cijelo tijelo, dok drugi troše enormne iznose novca kako bi obojili i uredili samo svoja lica. Neki ljudi se obraćaju Bogu, a nekima se Bog obraća dok postoji i treća strana koja kaže da Bog ne postoji. Svi navedeni primjeri zapravo imaju isti odgovor, a to je da svaka kultura ima svoju etiketu odnosno, nešto po čemu je prepoznatljiva i drugačija u odnosu na druge kulture. Hall je zaključio da „ne postoji ni jedan aspekt ljudskog života kojeg kultura ne dotiče i ne mijenja“, a ono na što se Hofstede nadovezao ciljajući na

---

<sup>1</sup> Izvor podataka: <https://www.universitas-portal.hr/uslijed-dinamike-kulturnoga-razvoja-cini-se-nuznom-zasebna-znanost-o-kulturi-odnosno-kulturologija/>, 2022, preuzeto 10.08.2023.).

jedinstvenost i djeljivost kulture je to da je „kultura za ljudski kolektiv ono što je osobnost za pojedinca“ (Samovar et al. 2013: 16-17).

## **2.1. Diferenciranje pojmova**

Kultura je iznimno širok pojam koji obuhvaća mnogo toga. Upravo zbog toga kultura je predmet istraživanja kulturologa, tj. znanstvenika koji se bave istraživanjem i proučavanjem kulture. Postoji nekoliko pojmova vezanih uz kulturu kako bi razumijevanje kulture bilo olakšano. Ti pojmovi su supkultura, kulturni identitet, kulturna inteligencija, kulturni pluralizam te multikulturalizam.

### **2.1.1. Supkultura**

U današnje vrijeme, kulturu koja je dominantna na određenom području sve je teže pronaći, a razlog tomu je razvoj svijeta, isprepleteni narodi i nacije zbog čega dolazi do stvaranja novih grupacija ljudi u kulturnoj zajednici što rezultira heterogenošću kulture određenog područja. Isto tako, globalizacija procesa, aktivnosti ali i liberalizacija javnog mnijenja doveli su do snažnijeg i hrabrijeg izricanja vlastitog identiteta i načina života koji je suprotan dominantnoj kulturi određenog područja. Rezultat toga je naglasak pojedinca na autentičnost i različitost te rekonstrukcija osobnih, a samim time i grupnih vrijednosti preko kojih će nastati supkulturalni pokret (Ajhenberger, 2020).

Supkultura predstavlja usku skupinu ljudi unutar šire skupine koja se svojim odjevnim stilom, odabirom glazbe, idejama i vjerovanjima želi oduprijeti dominantnoj kulturi na autentičan način. „Sub“ znači „pod“ pa se iz toga može zaključiti, ali i supkulturu nazvati potkulturom što označava kulturu koja je nečemu podređena. Kreiranje supkulture može se promatrati i na temelju zajedničkih kriterija iz razloga jer u svakoj kulturi postoji socijalna i ekonomska nejednakost te se upravo pomoću tih čimbenika stvaraju skupine koje čine pojedinci s istim kriterijima te imaju slične obrasce ponašanja. Spol, dob, platežna moć, stalež, ekonomsko pitanje te vjerska, etnička ili moralna uvjerenja su kriteriji pomoću kojih se pojedinci vezuju u manje skupine. Mnogi smatraju kako je supkultura rezultat reagiranja na društveni problem nejednakosti i želje za stvaranjem vlastitog identiteta i promocije (Perasović, 2002). Drugi svjetski rat, Vijetnamski rat te Hladni rat rezultat su potpune dehumanizacije društva i upravo su navedeni ratovi bili zamašnjak mladima za stvaranje supkultura kako bi vladajuće totalitarne ideologije naišle na otpor, ali ne na miran otpor što je dovelo do novog pojma, kontrakture (Huić, 2019).

Kontrakultura je pojam koji je obilježen konfliktnim odnosima između dominantne kulture i supkulture. 20. stoljeće obilježeno je kao razdoblje snažne modernizacije i industrijalizacije gdje se bilježi pojačan razvoj tehnologije, a za to su bili potrebni mladi ljudi koji su spremni učiti te intelektualci. Njihov entuzijizam i znanje bilo je jedino bitno velikim poduzećima koja su kroz tuđe znanje željela stvoriti komparativnu i konkurentsku prednost, a tako su izuzeli pojedinca iz društvenog konteksta i stvarali društvo temeljeno na manipulaciji i moći što je izazvalo nezadovoljstvo pojedinca. Kao odraz pobune i želje za rušenjem društveno-političkog obrasca življenja, pojedinci stvaraju kontrakulture gdje žele razbiti sve što se tada smatralo normalnim, žele razbiti ustaljenost te nametnuti normativ što je i razlika između supkulture koja ne želi mijenjati postojeće stanje dominantne kulture (Huić, 2019).

Sedamdesete i osamdesete godine prošloga stoljeća bile su godine obilježene izražavanjem nezadovoljstva protiv nastale političke situacije i društvenog razdora koji su bili rezultat uzastopnih ratova, a upravo mladi su bili predvodnici u opiranju nasilju, ratu, konzumerizmu i materijalizmu. Bili su predvodnici u opiranju izražavajući vlastiti identitet kroz imidž, odijevanje, frizuru, držanje, slang i glazbeni stil. Na taj način nastale su supkulture koje su i danas zastupljene kao npr. hippie, punk, skinheads, heavy metal i dr. koji su svojom vanjštinom izražavali svoje obrasce ponašanja. Neki od autora navode da kreiranje supkulture ne mora biti rezultat društveno-političkog stanja nego ona može biti proizvod bijega od svakodnevice i monotonosti (Božilović, 2006).

Prema Samovaru et al. (2013), ljudi često ne pripadaju samo jednoj kulturi te iz tog razloga imaju vlastite stavove, vjerovanja, ideale, norme i obrasce ponašanja koji se mogu pronaći u široj, dominantnijoj kulturi. Kao rezultat toga autori navode pojam supkulture kada govore o skupinama ili društvenim zajednicama koje imaju komunikacijska obilježja, stavove, vrijednosti, vjerovanja i ponašanja koja su različita u dovoljnoj mjeri od drugih skupina da ih mogu razlikovati. Isto tako, navode mogućnost krive percepcije u shvaćanju niza poruka sukladno percepciji aspekta vanjskog svijeta ako je osoba invalid, homoseksualac, Hispanoamerikanac, Afroamerikanac, azijski Amerikanac ili žena, a te poruke značajno kreiraju percepciju pripadnika supkulture (Samovar et al., 2013: 11).

#### *2.1.1.1. Navijačka supkultura*

Kada je riječ o navijačkoj supkulturi Perasović navodi kako se „stvara navijački jezik i svijet, posebna supkultura koja je preuzela mnoge elemente koji su bili karakteristični za rokerska i srodna posredovanja supkulturnog identiteta“ (Mustapić, Perasović, 2020). Za navijačku supkulturu karakteristična je simbioza sporta i navijača kao jednih od sudionika na sportskom



dogadaju. Navijačka supkultura je inkluzivna tvorevina koja uključuje širok spektar ljudi povezanih zajedničkim ciljem i idealima, ali različitih društvenih statusa. Javnost je jasno podijeljena po pitanju navijačke supkulture i stajališta je da svatko tko je dio navijačke supkulture je problematičan u društvu, devijantnog je ponašanja, lošijeg je ekonomskog stanja te obrazovanja ili jednostavno nema pametnija posla pa po svim vremenskim uvjetima daje bezuvjetnu podršku svome klubu iz jednog jedinog razloga, a to je ljubav. Takvo mišljenje nije za osudu jer samo ružne scene sa sportskih događaja obilaze svijet i pune medijski prostor međutim, takvo mišljenje je generalizirano. Navijačkim skupinama je zajedničko odlaženje na utakmice, crtanje grafita, izrada koreografije za utakmice, navijanje, pisanje pjesama, stil oblačenja, ali i druženja koja se organiziraju i izvan tribina na sportskim terenima ili izvan sportskih dvorana. Naime, navijačke skupine kao dio navijačke supkulture česti su posjetitelji i koncerata one vrste glazbe koja priliči npr. nogometu kao igri, odnosno nogometu kroz njihovu prizmu da je to muška i čvrsta igra, a ne nogomet kakvog se danas poznaje i prati (Alandžak, 2019).

Nogomet kakvog se danas poznaje s unosnim TV pravima, slobodnim tržištem i velikim profesionalnim ugovorima uvelike se razlikuje od onog nogometa stare škole kakvog pamte starije kibice sportskih natjecanja. Taj nogomet je imao draž, iskrenost, imao je ono nešto zbog čega se dolazilo na sportske događaje a upravo taj iskreni odnos je gurao obje strane prema naprijed, kako ove na zelenom travnjaku, tako i ove na tribini. Upravo ovi na tribini bili su bliži s igračima, odnos je u potpunosti bio drugačiji, ali ne samo s navijačima nego i sa svim drugim sportskim akterima u obliku novinara te sportskih djelatnika. Ponekad su bila organizirana i zajednička druženja u kojima bi razmjenjivali svoja iskustva, stvarali prijateljstva, a glavni akteri su imali više vremena i razumijevanja za novinare i one na tribini. Današnji nogomet funkcionira po principu „navijač potrošač“ što znači da se navijača promatra kao osobu koja će omogućiti samoodrživost sportskog kolektiva. Takvim pristupom nogomet postaje biznis, nogometni klubovi su promotori potrošačke kulture, a samim time mijenja se uloga navijača na sportskim događajima te klubovi tako gube vlastiti identitet i povezanost s lokalnom zajednicom (Mustapić, Perasović, 2020).

Učestalost odlaska na sportske događaje u mnogim pojedincima probudi potrebu za dodatnom aktivnosti u smislu navijanja. Time pojedinac nastoji pružiti dodatnu podršku svojim „ljubimcima“ te tako osnažiti već postojeću vezu između pojedinca i kluba. Isto tako, pojedinca u tom trenutku obuzima, za lokalpatriote normalan, a za laike neobičan val emocija

i osjećaja koji stvaraju čvrstu vezu ne samo između kluba nego i područja na kojemu živi (Dušanić, 2013).

Zbližavanje pojedinaca navedene supkulture, a samim time jačanje kohezije i solidarnosti stvara se odlaskom na domaće i gostujuće utakmice, raznim ritualima prije i poslije utakmice, tradicionalnim mjestom okupljanja, zajedničkim odlaskom na stadion, ali uvelike koheziju određuje i samo uređenje države te mentalitet stanovnika u kojoj se razvija supkultura (Alandžak, 2019).

### 2.1.2. Kulturni identitet

Mnogi autori smatraju da je identitet upravo slika koju je pojedinac stvorio o sebi s obzirom na kulturni, zemljopisni, gospodarski, ekonomski, politički i društveni status kojeg uživa u određenom području djelovanja koji uvelike određuje način i smjer u kojem će se pojedinac pronalaziti, razvijati i graditi svoju osobnost. Isto tako, identitet se može graditi i na temelju doživljene slike vlastite obitelji, rasnih, spolnih i etničkih čimbenika, te tako poimati i obilježiti sebe (Samovar et al., 2013: 396).

Pojam identitet predstavlja način na koji ljudi vide sebe, način na koji su izgrađeni kao osobe i ono što je karakteristično za njih same. Temelji se na individualnom stajalištu, ali je usko povezan i s društvenom zajednicom s kojom čini smislenu cjelinu. Upravo ta društvena zajednica je temelj pomoću kojeg se identitet neke osobe definira, hoće li osoba čiji se identitet definira biti znatno drugačija ili ista u odnosu na društvenu zajednicu, hoće li nešto promijeniti te hoće li prihvatiti generalno stajalište društva. Društveni identitet predstavlja karakteristike pojedinaca po kojima su jedni slični drugima, a iz toga proizlazi pojam kulturni identitet (Musa, 2009).

To je pojam kojim se daje naglasak na autentičnost kulture te odanost i pripadnost pojedinca toj kulturi. Predstavlja odnos pojedinca prema kulturi ili nacionalnoj pripadnosti koji je subjektivan. U kulturnom identitetu veliku ulogu igraju jezik i kultura pomoću kojih se vrši kulturna identifikacija, a upravo ta dva pojma koji su važni za identifikaciju su i usko povezani (Magnusson, 1989). Sve navedene definicije vraćaju na početak iz samo jednog razloga, a to je da se pruži uvid u kompleksnost, sažetost i apstraktnost pojma identitet što uvelike otežava definiranje pojma i jedinstvene definicije. Kultura ima ogroman obol u kreiranju nečijeg kulturnog identiteta. Tako se izdvajaju primjeri školstva u SAD-u i Japanu gdje su potpuno drugačiji pristupi u izvođenju nastave. U SAD-u od najranijih razina obrazovanja, američke škole potiču učenike na samostalnost, jačanje individualizma, jačanje

natjecateljske razine i tako usmjeravaju učenike na izražavanje vlastitog mišljenja i organiziranje vlastite slobode kako bi prihvatili druga mišljenja i različitosti profilirajući vlastiti identitet. S druge strane, potpuna suprotnost nalazi se u Japanu. Naime, njihove škole teže kolektivnom rješavanju problema i zadataka čime ih usmjeravaju na prihvaćanje identiteta skupine u kojoj uče i škole koje pohađaju te ih usmjeravaju da slijede japanski mentalitet te kulturu, a tako izbjegnu biti različiti.

Kulturni identitet se počinje graditi u adolescenciji pojedinca pa tako bar micva služi za uvođenje židovskih dječaka u svijet odraslih kada im se pripisuju veće vjerske obveze dok u meksičkoj kulturi djevojčice s navršениh 15 godina budu izložene obredu quinceanari (Samovar et al., 2013: 123).

Oslobađanjem afričkog kontinenta od kolonijalizma koje se veže za kraj pedesetih godina prošloga stoljeća, a 1960. godina stječe naziv Godina Afrike jer je u toj godini najveći broj afričkih zemalja stekao neovisnost. Uz to doba vezao se pojam globalizacije koji prati definiranje identiteta od samih početaka. To razdoblje je bilo veliki šok za sve afričke države jer su pod vlašću drugih država stekle određene kulture te su ih nakon toga mogle svojevolumno promijeniti u čemu im je uvelike pomogla globalizacija te praćenje globalnih trendova i kultura. Neke kulture bile su im nametnute te su oslobađanjem od kolonijalizma dobile potpunu neovisnost u stvaranju vlastitog kulturnog i nacionalnog identiteta koji su u uskoj vezi. Ponovno pitanje identiteta pokrenuto je i kod spoznaje da komunikacijske i informacijske tehnologije preuzimaju sve veći značaj u kontekstu oblikovanja identiteta. Iz svega navedenoga može se zaključiti da je identitet dinamične prirode te da nije stalan i nepromjenjiv nego se razvija kao proces te uvijek ima komunikaciju i interakciju. Ima veliku moć u svojoj interakciji koja uvelike utječe na kulturnu različitost i kreira mnoge komunikacije vezane za to (Cvjetičanin, 2014).

### 2.1.3. Kulturna inteligencija, kulturni pluralizam i multikulturalizam

U današnje vrijeme glavne teme kulturnih politika i kulturnih aktivnosti vezane su uz kulturnu raznolikost i interkulturalne dijaloge. Razne konvencije pod sastavom UNESCO-a pokušale su dati odgovor na pitanje o tome što svjetska zajednica može učiniti provodeći iste, a od Generalne konferencije 2005. godine, na kojoj se poistovjetilo preko 60 zemalja među kojima je Hrvatska bila prva, mnogo toga se promijenilo. Glavne teme konvencija bile su svladavanje jaza između kultura te kreiranje partnerskih odnosa na razvojnoj razini, dok je želja zemalja potpisnica bila promicanje kulturnih suradnja na temelju kulturnih različitosti kao i težnja ka uravnoteženju (Cvjetičanin, 2014). Postoje mnoge definicije pomoću kojih se može zaključiti

da je pojam kulturna raznolikost višeznačan isto kao i kulturni identitet, za kojega postoje mnoge definicije različitih autora. Pojam kulturna raznolikost vezan je uz kulturnu inteligenciju. Taj pojam predstavlja sposobnost učenja i sposobnost pojedinca da anulira kulturni šok svojim znanjem o drugim kulturama te sposobnost prilagodbe na organizacijske, poslovne, profesionalne i nacionalne kulture drugih zemalja.

U mnogim situacijama pojedinci kulturne različitosti lakše svladaju za razliku od drugih pojedinaca čija je razina kulture, kulturnog šoka i kulturne inteligencije na niskoj razini. Isto tako kultura se očituje u kvaliteti prilagođavanja i prihvaćanja razlika bez obzira radi li se o poslovnoj ili privatnoj situaciji. Dakle, za lakše svladavanje kulturnih različitosti u kontekstu vrijednosti, stavova, normi, obrazaca ponašanja i osjećaja potrebna je i visoka razina osobne kulture iz koje proizlazi kulturna inteligencija. Percepcije pojedinca i poimanje drugih kultura na temelju pretpostavki i činjenica, bez detaljnog upoznavanja, proučavanja i susreta s drugim kulturama može stvoriti neugodnu situaciju za svakog pojedinca u društvu različite kulture. Gledanje na različite kulture bez takve podloge i nije toliko problem koliki problem može nastati ako dođe do neprihvaćanja, odbacivanja suosjećanja ili čak osude zbog različitosti pa se iz toga treba zaključiti da svaki pojedinac na način sukladan njegovoj osobnoj inteligenciji, znanju i kulturi prihvaća i razvija stav o drugoj kulturi (Drandić, Matošević, Piršl, 2021).

Svaki pojedinac nastoji ostvariti pozitivne odnose s različitim kulturama što bi značilo da svoja znanja i iskustva treba pretočiti u smislene aktivnosti te tako povećati razinu interkulturalne kompetentnosti, a sve to će interkulturalnu komunikaciju podići na višu razinu. Pravi primjeri pronalaze se u migrantima i doseljenicima koji su silom prilika došli u druge zemlje i susreli se s različitim kulturama koje su, htjeli oni to ili ne, morali prihvatiti kako bi i oni sami bili prihvaćeni. Današnje poslovanje poduzeća prelazi državne granice i širi se na sve dijelove svijeta pa se tako i poduzeća kako bi opstala na tržištu, opravdala svoju komparativnu prednost proizvodeći proizvod ili uslugu na kvalitetniji način od konkurencije, moraju suočiti i prilagoditi kulturalnim razlikama ako dogovaraju poslovne sastanke uživo. Upravo u takvim situacijama razvijaju interkulturalnu komunikaciju, kompetentnost ali i inteligenciju jer ako su sve tri komponente na visokim razinama, sigurno će se poslovanje nastaviti, a time i potražnja za stalnim usavršavanjem navedenih komponenti. Interkulturalna kompetencija dolazi s iskustvom, stalnim razgovorom, pregovaranjem i vođenjem poslovnih sastanaka dakle, vremenom pojedinac provodeći aktivnosti koje zahtijevaju stalnu komunikaciju usavršava i razvija interkulturalnu kompetentnost. S druge strane, kulturna inteligencija se povećava učenjem koje zahtijeva stalnu pažnju i nadogradnju jer pojedinac nikada ne zna u kakvoj će se

situaciji naći i nikada se ne može sa stopostotnom sigurnošću biti kulturno inteligentan. Dakle, na kulturnu inteligenciju se može gledati kao na živo tkivo s kojim stalno treba raditi, pratiti koji se segment može poboljšati i žudjeti za što većom razinom jer u današnjem privatnom, a i poslovnom svijetu se drugačije gleda na pojedinca s obzirom na razinu njegove inteligentnosti (Piršl, 2013).

Tolerancija se svrstava među osnovne vrijednosti današnjeg svijeta koja se čak pojavljuje i u onim zemljama gdje je demokracija samo pojam. Taj pojam pretpostavlja što je za pojedinca moralno učiniti, prepoznaje njegove savjesne vrijednosti te ga gura prema ispravnom obrascu ponašanja i vrijednostima pa se uz toleranciju veže i pojam pluralizma. Pluralizam kao takav je rezultat svijesti o tome da su društva s visokim stupnjem civilizacijske razvijenosti proizašla iz različitosti u odnosu na druge, vrijednosnih sukoba, vjerovanja, pretpostavki, normi, stavova, mišljenja te u konačnici načina života. Stoga, na pojam tolerancije se može gledati kao na svjesnost postojanja razlika između društva, a isto tako i na prihvaćanje tih razlika. Velike robne razmjene, ostvarivanje većih prihoda, jačanje konkurentnosti i komparativne prednosti te ekonomija slobodnog tržišta odavno su prerasli tradicionalne načine poslovanja na tržištu pa tako globalno tržište zbog velikog obujma posla ima potrebu za jeftinom radnom snagom iz cijelog svijeta, a nesvjesni rezultat toga je upravljanje životom različitih kulturnih navika te prihvaćanje istih. To su uvjeti u kojima su pluralizam i tolerancija djelovali paralelno, ali ne uvijek u pozitivnom tonu nego i kroz određene sukobe (Polić, 2005).

Utjecaj globalizacije sve je više vidljiv u svakoj sferi života pojedinca. Svijet je potpuno prepušten globalizaciji pa je i ona razlog susreta različitih svjetonazora, ali i onih koji su izaslanici različitih kultura, civilizacija, načina razmišljanja, stavova i sl. U svoj toj gužvi se izdvaja pojam kulturni pluralizam koji označava ravnopravnost i uvažavanje različitosti svih onih koji su dio zajednice. Uz pojam globalizacije usko se veže i pojam glocalizacije koji se fokusira na mikro sredinu pa se tako globalizacija fokusira na poticanje globalnih socijalnih i društvenih kultura, a glocalizacija na uključivanje domaćih identiteta i kultura i tako razvija kulturni pluralizam. Kulturni pluralizam da bi uspješno anulirao sukobe društava i civilizacija mora biti ukorijenjen kao vrijednost koja je univerzalna te kao temelj za razvijanje zajedničke kulture i moralnih vrijednosti globalne zajednice (Kukoč, 2006).

„Multikulturalizam je filozofija ili ideologija koja prepoznaje osobne vrijednosti i dostojanstvo svakog pojedinca, bez obzira na njegovu kulturu, etničku pripadnost, rasu, vjeru, spol ili nacionalno podrijetlo“ (Samovar et al., 2013: 266).

Multikulturalizam relativno je nov pojam koji služi za opisivanje suvremenog društva i svih njegovih značajki te karakteristika, a kao takav nov je pojam i u sferi političkih te akademskih diskusija. Sam pojam daje naslutiti da njegovo značenje određuje više kultura čije su razlike prikazane pojedincima i grupama te ih obvezuju na prihvaćanje ili odbijanje navedenih razlika. Zapravo u tome i je čar ovog pojma jer se njime prikazuju razlike u kulturi, društvu te vjerskom i etničkom opredjeljenju određenog područja. Drugom sredinom prošlog stoljeća pojam multikulturalizam označavao je proširenje društvene zajednice te njezinog intelektualnog identiteta koji se htio osloniti na povezanost, dijalog, skladnost i zajedničko rješenje. U današnje vrijeme taj pojam poprima malo drugačije značenje zbog poticanja na liberalnost i prihvaćanja svih etničkih, društvenih, vjerskih, spolnih i kulturnih razlika kako bi se dijalogom stvorio zajednički jezik. Neki od autora pojam multikulturalizam usko povezuju s kulturnim pluralizmom i prikazuju ga kao pojam koji objedinjuje više kultura na jednom području i iz toga zaključuju da svaki pojedinac mora imati vlastitu kulturu te da je multikulturalizam „sustav“ koji ima zadatak prikazati, razumjeti, prihvatiti ili odbiti kulturne različitosti (Bogeljić, Sršen, 2014).

Sve veća izloženost današnjem liberalizmu i težnji da svaki pojedinac određenog područja treba biti prihvaćen zajedno sa svojom kulturom, rasom te etničkom i vjerskom pripadnošću. Tomu se u današnje vrijeme daje ogroman naglasak, ali teško je odrediti vrijedi li takav tretman za svakog pojedinca. Naglasak za homogenizaciju društva promatran je na političkoj, društvenoj, ekonomskoj i kulturnoj razini, ali su zanemareni ostali aspekti koji se odnose na rasne, vjerske, etničke i klasne pozicije u društvu. Iz toga se može zaključiti kako i dalje postoje različita gledišta prema pojedincima s obzirom na njihove određene aspekte, ali i da današnja liberalizacija ide u smjeru izjednačavanja i ravnopravnog položaja svakog pojedinca.<sup>2</sup>

Multikulturalizam kao spoj više kultura u jednoj zajednici koja se može promatrati iz šireg i užeg kuta povezan je sa samim počecima razvoja globalne ljudske kulture pa je upravo iz tog razloga kao i pojam globalizacije postao predmet izučavanja i promatranja. On se u toj sferi promatra kao problem u zahtjevima ravnopravnosti zemalja te njihovih kultura i etničke pripadnosti i kao proces koji će ih sačuvati od pripajanja dominantnijoj kulturi (Kukoč, 2006).

---

<sup>2</sup> Izvor podataka: <https://www.britannica.com/topic/multiculturalism>, 2023, preuzeto 11.08.2023.).

Multikulturalizam kao fenomen u zadnje vrijeme privlači veliku pozornost u političkim idejama, a njegova privlačnost se očituje upravo u prezentiranju različitosti kultura u jednoj zajednici. Grupe ljudi koje se bave multikulturalizmom smatraju da su te razlike vidljive i da je liberalnost teško ostvariva kroz slobodu i jednakost pa se zalažu za „politike različitosti“ koje bi trebale osigurati pažnju različitih kultura. U knjizi „Kultura i jednakost“ Brian Barry ističe da program „politike različitosti“ nije dobro koncipiran za pružanje slobode i jednakosti različitim kulturnim grupama te da ih on kao takav udaljava od postavljenog cilja programa. „Barry zastupa upravo onu poziciju koju multikulturalisti napadaju, a to je egalitarni liberalizam čije su dvije glavne značajke jednakost šansi i jednaka građanska i politička prava neovisno o kulturnim, rasnim ili rodnim razlikama“ (Cesarec, Kulenović, 2006).

## **2.2. Obilježja kulture**

Mnogo je definicija kulture koje su se mogle uzeti u obzir, a zajedničko im je slaganje oko obilježja kulture.

Pomoću idućih obilježja pojedinac postaje bolji govornik i to iz dva razloga. Prvi razlog je da će osnažiti vezu između kulture i komunikacije, a kao drugo počet će razmatrati vlastitu kulturu.

Pojedinci su u stalnom dodiru s kulturom, provode je i prikazuju njena obilježja, ali nesvjesno te nemaju potrebe o njoj pričati niti je razmatrati. Glavna obilježja kulture su:

- kultura se uči - najvažnije obilježje kulture koje započinje rođenjem pa traje sve do kraja života, a pomoću kojega se teži uspostavljanju enkulturacije određene kulture
- kultura se dijeli - pomoću različitih kanala dijeljenja (priče, umjetnost) potrebno je prenijeti obilježja kulture i na taj je način učiniti razumljivom svakom pojedincu druge kulture
- kultura se temelji na simbolima - pomoću simbola (knjige, filmovi, um, vjerski zapisi i dr.) potrebno je pružiti važne informacije pojedincu koji je dužan pohraniti primljene informacije te se tako nasljeđuju informacije i pomoću njih ulazi u određenu kulturu
- kultura je dinamična - obilježje koje ukazuje na stalan međusobni utjecaj kultura koji rezultira promjenama koje su rezultat migracija, kapitalizma i globalizacije

- kultura je integrirani sustav - obilježje koje ukazuje na važnost povezanosti svih dijelova i obilježja kulture a to bi značilo da što je više povezanih obilježja i dijelova kulture to će vrijednosni stavovi i zdravlje prenošenja kulture biti viši <sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Izvor podataka: <https://open.lib.umn.edu/sociology/chapter/3-2-the-elements-of-culture/>, 2016, preuzeto 11.08.2023.).



### 3. Sport

Ne postoji univerzalna definicija sporta jer se pojam sam po sebi u današnje vrijeme nameće kao djelatnost, a s druge strane predstavlja fizičku aktivnost pojedinca. Ako se pojam sporta promatra kao djelatnost treba zaključiti da kao takav ima priznati status u mnogo država, a države preko vlastitih proračuna, olakšica i potpora koji su namijenjeni za sport otvaraju bitna pitanja bavljenja sportom. Nadalje, sport se promatra kao fizička aktivnost koja kao rezultat ima poboljšanje zdravstvenog kartona stanovnika neke države, povećanje nacionalnog ponosa, međunarodne priznatosti, općih interesa, morala, ali isto tako gura pojedinca u smjeru sporta kako ne bi samo održavao navedene čimbenike nego kako bi potaknuo društvo oko sebe. Sport ima zadatak oblikovati pojedinca tako da mu oblikuje svijest o zdravlju, kreativnosti, ali i organizaciju njegovog vremena. Za to je potrebno državno uređenje na svim razinama, povećanje kvalitete školstva i obrazovanja u kojima će se mladi educirati o sportu i njegovom provođenju od najranijih dana, razvoj stručnog osoblja koje će pojedincima u svijest usaditi važnost sporta a ako se ostvari veliki sportski uspjeh na nacionalnoj razini država će ostvariti priznatost i tako se predstaviti u svijetu. Iz tog razloga svaka država treba kreirati plan kako poticati mlade na sport kroz ulaganja u infrastrukturu, stipendije, pomoć klubovima, sportskim kolektivima i sl.. Kroz navedene pomoći država može osigurati masovno sportsko sudjelovanje, razviti turizam, sportsku industriju, sportske *brandove* i sl. (Selhanović, 2007).

Komponenta koja ima značajnu ulogu u promicanju sportske djelatnosti s jedne i promicanje sporta kao fizičke aktivnosti s druge strane su mediji. Oni oblikuju percepciju sporta u današnjem modernom društvu i kreiraju pomoću svojih sadržaja njegovu privlačnost te popularnost na globalnoj razini. Time sport izlazi iz konteksta sportskog događaja i svih uključenih u njega, nego poprima šire značenje i postaje proizvod kojeg će se konzumirati na globalnoj razini te tako otvoriti i svoj ekonomski značaj. Nastavno na ekonomski značaj sporta i medijsku popraćenost, koja dakako ovisi o interesu gledatelja, treba izdvojiti i to da su perjanice ogromne medijske popraćenosti olimpijske igre, svjetska i europska prvenstva u nogometu, boksu, tenisu te formuli 1. S druge strane navedeni sportovi su u velikoj mjeri zanemareni na nekim drugim krajevima svijeta i ne uživaju status nacionalnog sporta pa samim time ne zauzimaju sam vrh medijske popraćenosti (Rodek, 2018).

U današnje vrijeme teško je odrediti koje fizičke aktivnosti treba uključiti pod pojmom sport, a koje ne. Mnogo je fizičkih aktivnosti koje su uključene i mnogo je više onih koji se suprotstavljaju njihovom uključivanju pod pojmom sport, a neke koje su uključene ni ne

iziskuju fizički napor, kao npr. e-sport. E-sport zadovoljava onaj ekonomski čimbenik sporta koji je važan za popularizaciju i kao takav ostvario je konzumiranje na globalnoj razini. Kao rezultat toga proizašao je pojam sportifikacija pomoću kojega se nastoji zaključiti koja fizička aktivnost je zapravo sport, a koja ne. Pojam sportifikacije razradio je O. Grupe navodeći kako je on zaslužan za transferiranje performativnih, površinskih i interpretativnih elemenata sportskih fenomena izvan oblasti sporta (Grupe, 1994).

Razlozi sportificiranja su razni, ali najčešće se oni vežu uz prednosti koje sport nekoj zajednici može donijeti, a to su financije, društvene prednosti i status. Financije u obliku sponzorstava, komercijalnih prihoda, promocije *brandova* i proizvoda ili video igrice u modernom vremenu. Društvene prednosti su ugled, povećanje imidža i percepcije javnosti dok se statusne prednosti promatraju iz konteksta sportskih idola. Postoje i primjeri u kojima su se pobornici određene fizičke aktivnosti borili protiv sportifikacije iste, a to su pobornici *parkour*-a. Naime, sa željom da sačuvaju status ne-sporta prosvjedima i otvorenim pismima su se borili protiv nametnute sportifikacije koju im je dodijelila Svjetska gimnastička asocijacija odnosno, proglasili su *parkour* sportom, najavili finale svjetskog kupa u *parkour*-u te uvrštavanje istog na Olimpijske igre 2024. godine u Parizu. Sličan primjer pronalazi se i u Republici Hrvatskoj nakon proglašenja joga sportskom djelatnosti pa ipak ostaje preispitati kako se *parkour* i joga uklapaju u poimanje sporta kakvog svi poznaju (Nedić, Škerbić, 2020).

Hrvatski olimpijski odbor (HOO) kao istaknuti pravni subjekt hrvatskog sporta smješta se u sami vrh nevladinih nacionalnih udruga. To je subjekt u kojega se udružuju zajednice sportskih saveza, nacionalni savezi, sportske udruge u županijama te ostali savezi i udruge čiji je rad vezan za sport i olimpijski pokret u RH. Prema Zakonu o sportu, zadaća HOO-a je utvrditi Nomenklaturu sporta i njegovih grana pomoću pravilnika. U toj Nomenklaturi navedeni su svi sportovi, nacionalni savezi, članovi HOO-a, sportske grane te članovi SportAccorda (Savez olimpijskih i neolimpijskih međunarodnih sportskih saveza) koji su priznati od strane Međunarodnog olimpijskog odbora (IOC) (Nedić, Škerbić, 2020).

Sportovi moraju ispuniti postavljene kriterije, od kojih minimalno jedan, kako bi bili navedeni u Nomenklaturi, a postavljeni kriteriji su:

- „sport čiji nacionalni sportski savez je član pripadajuće međunarodne sportske federacije (dalje u tekstu: MSF) koja je priznata od Međunarodnog olimpijskog odbora (sportovi na programu olimpijskih igara, sportovi na programu zimskih olimpijskih

igara, ostali sportovi koji pripadaju MSF priznatim od Međunarodnog olimpijskog odbora) (dalje u tekstu: MOO)

- sport čiji nacionalni sportski savez je član pripadajuće MSF koja je priznata od SportAccorda
- sport koji je nastao dozvoljenim izdvajanjem (od matičnog nacionalnog sportskog saveza i HOO-a), sukladno pravilima MSF-a, iz sportova navedenih u prvoj alineji ovog članka, čije djelovanje se temelji na razvoju sportskih aktivnosti i sustava natjecanja prema načelima olimpijskog pokreta, a član je pripadajuće MSF, posredno ili neposredno
- sport odnosno sportska aktivnost koja se razvija u Republici Hrvatskoj prema načelima Olimpijske povelje i pravilima sporta SportAccorda, sukladno razvoju određenog sporta na međunarodnoj razini, a član je MSF-a čije djelovanje se temelji na razvoju sportskih aktivnosti i sustava natjecanja prema načelima olimpijskog pokreta
- sport odnosno sportska aktivnost koja se razvija u Republici Hrvatskoj kao izvorno hrvatski sport, a čije djelovanje se temelji na razvoju sportskih aktivnosti sustava natjecanja prema načelima olimpijskog pokreta i pravilima sporta SportAccorda, uz uvjet ispunjenja uvjeta iz ovog Pravilnika“ (Nedić, Škerbić, 2020).

Određena aktivnost može se označiti sportom ako je zadovoljila jedan od navedenih kriterija te ako je zadovoljila ostale postavljene uvjete Pravilnika. Ovakvim načinom nomenklature HOO se služio i u procesu nomenklature joga kao sporta te uz njihovo mišljenje, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta navodi da „nadležne međunarodne sportske organizacije, relevantne za predmetno pitanje u programu HOO-a, Međunarodni olimpijski odbor i SportAccord, nisu do sada priznali jogu sportom, odnosno pripadajuću međunarodnu sportsku organizaciju (Svjetska sportska joga federacija) priznatim članom“ (Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta, 2014).

Bavljenje sportom te sudjelovanje i organiziranje sportskih događaja imaju karakter za stvaranje mira pojedinca te njegova prava na bavljenje sportom i tako stvaranje jedinstvene reakcije na kulturne i interkulturalne različitosti. Isto tako pojedinac bavljenjem sportom povećava svoju kulturnu i društvenu prisutnost, potiče na razgovor te smanjuje kulturni šok kao posljedicu kulturnih razlika. Sport kroz razne aktivnosti i događaje uključuje grupe

pojedinaца koji se nalaze na margini društva te kao takav ima zadaću smanjiti negativne aktivnosti marginaliziranog društva, poticati na obrazovanje, pronalaska posla i sl.<sup>4</sup>

### 3.1. Povijesni razvoj sporta

Rim i Grčka smatraju se perjanicama sporta i sportskih aktivnosti koje su se pretočile u formulirane sportove koji se danas poznaju, gledaju i prate. Nije se moglo ni naslutiti da će aktivnosti koje su u to vrijeme značile opstanak čovjeka danas nekome značiti život, hobi, posao ili rekreaciju. Sa samim počecima fizičkih aktivnosti veže se i umjetnost jer su ljudi u tom razdoblju obitavali u pećinama gdje su pronašli utočište od lošeg vremena, ali i napada životinja. U tim pećinama su i oslikavali fizičke aktivnosti koje su kako je vrijeme prolazilo uz određene preinake postali sportovi, pa su tako najpoznatije oslikane pećine u Španjolskoj i Francuskoj. Među prvim i najpoznatijim slikovnim zapisom špiljske umjetnosti smatra se zapis u špilji Los Caballos koji datira između 10 000 i 9000 godina prije Krista, a prikazuje ljude koji bacaju koplje na životinje (Radan, 1981, str. 58-89). Nešto slično tome zapisano je i u alžirskoj špilji Tassili n' Ajjer što je kao i prethodni primjer dokumentiran zemljanim bojama i raznim pronađenim rudama. Oni su zapravo među prvim slikovnim zapisima fizičkih aktivnosti koje bi se moglo povezati s današnjim tumačenjem bacanja koplja i streljaštva, a u to vrijeme pojavile su se i druge aktivnosti u obliku trčanja i bacanja kamenja. Kako se društvo razvijalo u veće zajednice i kako je usavršena aktivnost lova i obrane od životinjskog svijeta, počele su se razvijati aktivnosti kao što su jahanje, veslanje i plivanje što je uvelike doprinijelo razvoju tadašnje društvene zajednice i njezinom povezivanju. Egipćani su isto tako svoju kulturu razvijali kroz fizičke aktivnosti iako, nisu konkretno povezane s današnjim pojmom sporta ali razvijali su ples i tjelovježbu. Tjelovježbu su razvijali kod vjerskih svečanosti koje su se odnosile na bogove, ali imala je važnost i kod pogreba s ciljem produženja životnog vijeka koji je tada bio 40-ak godina. Ples je bio zastupljen najviše kod pripadnica nježnijeg spola jer se smatralo da se plesom utječe na žetvu, prirodne sile i prilike, a njihove preslike mogu se pronaći u palačama, egipatskim građevinama te grobnicama. (Juratovac, 2015, str. 20-32).

Grci su bili fascinirani anatomijom ljudskog tijela te su davali na važnosti položajima ljudskog tijela prilikom fizičke aktivnosti, a sve su to ovjekovječili skulpturama. Olimpijske igre, za koje mnogi smatraju da su autentično njegovanje i promocija sporta nastale su u Staroj Grčkoj civilizaciji te su se izvodile u čast Zeusa. Njihovo ime povezano je s planinom

---

<sup>4</sup> Izvor podataka: <https://www.coe.int/en/web/compass/culture-and-sport>, 2023, preuzeto 12.08.2023.).

Olimp na kojoj su živjela i upravljala grčka božanstva, a smatra se da su prve Olimpijske igre održane 776. godine prije Krista. Bile su svečane kao i danas, a smatra se da je glavna poveznica bila vjera. Trčanje je bila prva disciplina koja se kasnije proširila i stvorila neke druge discipline i sportove. Kako su bili očarani ljudskom anatomijom, skulpturama su nastojali prikazati ljudsko tijelo što detaljnije odnosno, nastojali su prikazati svaki mišić ljudskog tijela i što detaljnije izraditi zahtjevan položaj ljudskog tijela pri izvođenju određene aktivnosti. To su uspjeli prikazati skulpturama koje prikazuju zahtjevan položaj čovjeka koji baca disk, a ta je disciplina već u to vrijeme bila olimpijski priznata (Pavlović, 2022).

Počeci sportskih aktivnosti u starom Rimu se bilježe kroz praktičan odgoj koji se odvijao unutar obitelji. Tom razvoju pomogle su i sportske zajednice koje su obučavale mladiće kako rukovati kopljem, mačem, lukom i strijelom, ali sve za vojne svrhe. Kada je formirana profesionalna rimska vojska, mladići su oslobođeni, ali su im ostale trajne posljedice u obliku narušenog zdravlja te psihičkog i fizičkog stanja. Nakon što su osvojili Grčku preuzeli su njihovu rutinu tjelovježbe što prije nije bio slučaj. Rimljani nisu naviknuti na tjelovježbu kakvu su Grci provodili pa su iz tog razloga Rimljani počeli koristiti tjelovježbu u vojne svrhe. Organizirane su gladijatorske borbe u javnim građevinama, a sve u svrhu zabave šire publike. Gladijatori su se borili sa zvijeri koja je imala zadaću smaknuti gladijatora, ali je krajnji cilj borbe bio da neka od dvije strane ostane sama na borilištu (Bilić, 2022). Postojale su i žene gladijatori, ali su takve borbe tijekom vremena zabranjene. Gladijatori su morali održavati kondiciju jer su se borili za svoj život, a bili su kupljeni robovi odabrani u masi kriminalaca, smrtnih osuđenika i ratnih zarobljenika. U to vrijeme higijena nije bila ni blizu današnje pa su tako sportaši i gladijatori strugali sa svojih tijela mrtve stanice kože pomoću ulja i alata jer je sapun bio nedostupan. Zanimljivo je da su ti ostaci kože i znoj gladijatora prodavani ženama kao afrodizijak koji su pretvarali u kreme za lice te su smatrale da će tako postati privlačnije muškarcima. Isto tako, treba spomenuti i javna kupališta, terme koje su sadržajem za to doba bile bogate i raskošne pa su samim time bile popularne i dobro posjećene. Rimljani su stavljali naglasak i na prehranu kao jedan od sastavnih dijelova bavljenja fizičkom aktivnošću. Tada je svaki fizički napor bio iscrpljujuć pa su sportaši izgubljenu snagu nadomjestili vinom, žitaricama, sirom, maslinovim uljem, grožđem, datuljama, smokvama i sl. (Pavlović, 2022).

Krajem 19.stoljeća, Olimpijske igre su uvelike promaknule sport i oblikovale ga u aktivnost kakva se poznaje danas zahvaljujući Pierru de Coubertinu, francuskom barunu po čijem je prijedlogu osnovan Međunarodni olimpijski odbor (HOO). Prve moderne Olimpijske igre u

Ateni obilježile su 1896. godinu te se svake četiri godine redovno održavaju, izuzev godina trajanja dva svjetska rata. Coubertinova ideja za osnivanjem HOO-a i ponovnom održavanju Olimpijskih igara leži u nedovoljnoj fizičkoj pripremljenosti francuskih vojnika što je rezultiralo porazom u francusko-pruskom ratu. Na prvim modernim Olimpijskim igrama mogli su sudjelovati samo muškarci iz 13 zemalja, a natjecanje se odvijalo u 9 sportova i 43 sportske discipline, a do tada se nije održalo veće sportsko međunarodno natjecanje. Već u idućim modernim igrama sudjelovale su 24 države i 1225 sportaša, a dopušteno je i natjecanje ženama. Vrijeme izvođenja Olimpijskih igara nije bilo definirano sve do igara u Los Angelesu 1932. godine kada je odlučeni rok izvođenja igara brojao 15 dana. Kako se igre nisu odvijale za vrijeme trajanja dva svjetska rata, nakon završetka prvog i pred početak drugog, politiziranje na vjerskoj, rasnoj i nacionalnoj osnovi se nametalo samo po sebi i nije se moglo izbjeći. U Berlinu su igre održane 1936. godine, a to je dobro došlo vodećim ljudima Njemačke kako bi provele svoju politiku čišćenja. Olimpijske igre u Munchenu 1972. godine obilježene su napadom Palestinskih terorista na olimpijsko selo. U tom napadu usmrćeno je dvoje izraelskih sportaša, a devetero njih uzeto je kao taoce koji su nakon 34-satnog prekida ubijeni u zračnoj luci. Simbol Olimpijskih igara su Olimpijski krugovi koji simboliziraju pet kontinenata, a zanimljivo je da su boje krugova određene tako da svaka država svijeta na svojoj zastavi ima jednu od tih boja.<sup>5</sup>

### **3.2. Važnost i utjecaj sporta na određenom području**

Imidž je pojam koji se veže uz sveukupnu sliku pojedinca ili grupe o određenom području, zemlji, poduzeću i sl. Nije važno radi li se o turistima, promatračima ili potrošačima, imidž je zasnovan na dojmu, iskustvu ili informacijama koje se prenose putem raznih kanala. Cilj države i njenih dužnosnika je postići što veći ugled koji će se u široj publici promatrati kroz političku, ekonomsku, kulturnu, društvenu i turističku prizmu, no isto tako država i njezini dužnosnici imaju potrebu za njegovanjem navedenih sustava jer je utjecaj globalizacije sve očitiji. To znači da, u ovom slučaju, svaka država ima zadatak pratiti tržište, stvoriti konkurentsku i komparativnu prednost u području turizma, proizvodnje, školstva, kulture, sporta i poduzetništva i tako u međunarodne medije poslati sliku o sebi. Upravo su mediji pokretač koji oblikuje javno mnijenje pojedinca i društva te svojim prenošenjem informacija ponekad zanemari stvarnu sliku i prekrši realnost. Iz tog razloga države ili poduzeća bez obzira na prirodu svoga posla moraju se prilagoditi i priključiti na tržišta koja nisu u njihovoj

---

<sup>5</sup> Izvor podataka: [https://gol.dnevnik.hr/clanak/ostali\\_sportovi/povijest-olimpijskih-igara-sve-mozemo-zahvaliti-ratu.html](https://gol.dnevnik.hr/clanak/ostali_sportovi/povijest-olimpijskih-igara-sve-mozemo-zahvaliti-ratu.html), 2016, preuzeto 27.05.2023.).

domeni kako bi ostala konkurentna moraju stvoriti viziju, misiju i strategiju za nastup na takvom tržištu. Kako bi države ili poduzeća upravljali vlastitim imidžom moraju biti svjesna sebe, što znači da moraju biti svjesni svojih prednosti i nedostataka odnosno, kvalitete, talenata te kako i na koji način ih iskoristiti kako bi pobijedila u tržišnoj utakmici s konkurentima.

Današnje poimanje sporta se u potpunosti razlikuje od vremena kada se na sport gledalo kao na aktivnost tjelovježbe, plesa i zabave, danas je to postao pojam koji je u zadnji plan stavio ono zbog čega ga ljudi pamte, zbog čega su se počeli baviti njime ili zbog čega su ga počeli promatrati. Važnost sporta za određeno područje može se promatrati kroz niz čimbenika pa će u daljnjem dijelu rada biti objašnjeni načini koji imaju pozitivan utjecaj na određeno područje. Svakako ovdje treba istaknuti Olimpijske igre koje su u povijesti bile odlična podloga za politiziranje te vjerske, rasne i spolne diskriminacije. Olimpijske igre u Pekingu 2008. godine su Kini omogućile prikazivanje njihove tehnološke, gospodarske i političke snage svijetu te tako dostatne kapacitete za organiziranje takvog kompleksnog događaja. No nisu samo Olimpijske igre sportski događaj koji ima važnost za pojedine države da ih ucrta na kartu svijeta već se ovdje treba izdvojiti i svjetska prvenstva u nogometu, ali i druga svjetska prvenstva planetarno popularnih sportova. Tako su Japan i Južna Koreja bili domaćini svjetskog prvenstva u nogometu 2002. godine te im je to pružilo šansu da se prikažu kao moderne i razvijene zemlje. Isto tako Olimpijske igre održane u Seulu 1988. godine imale su zadaću srušiti stereotipe o elektroničkoj opremi koja se proizvodi u Južnoj Koreji. Svjetsko nogometno prvenstvo u Južnoafričkoj Republici održano 2010. godine imalo je za zadaću dokazati svijetu da je Južnoafrička Republika zajedno s FIFA-om u stanju organizirati jedno takvo veliko i globalno događanje na najsiromašnijem kontinentu. Super Bowl kao jedan od najgledanijih događaja svih vremena SAD-u donosi ogromnu popularnost i to je pravi primjer događaja koji u drugi plan stavlja sami sport a u prvi plan stavlja doživljaj kojeg organizatori događaja pripremaju i tako postaje komercijaliziran. Cijene ulaznica za takve događaje postižu previsoke cijene te si iz tog razloga ne može svatko priuštiti odlazak na takav događaj, a događaj je popraćen koncertima najpoznatijih izvođača s puno plesa i pravog programa. On je postao sportski identitet SAD-a i smatra se perjanicom amerikanizacije sporta i sportskih događaja u čijem smjeru ide sve više organizatora. Navedeni događaji ne samo da privlače sportsku publiku, nego imaju i šire značenje te ostvaruju šire prednosti za područje na kojem se izvode. Snažne i razvijene zemlje vode međusobnu bitku oko kandidatura za velika sportska događanja koja bi im zasigurno pomogla u promociji, ali i donijela ekonomsku

injekciju, a mediji su alat koji će omogućiti popraćenost na globalnoj razini, a sve te koristi ovise o sposobnosti države da kapitalizira ono što joj je ponuđeno. Koristi su dugoročne, a vežu se za razvoj turizma, izgradnju infrastrukture, sklapanje novih poslova te promicanje zemlje (Skoko, Vukasović, 2008).

### **3.3. Povezanost sporta i kulture**

Iako je kultura kompleksan pojam i teško ju je jednoznačno definirati, postoji poveznica između pojma kulture i sporta.

Kultura je općeprihvaćeni i širok pojam koji zajedno sa sportom čini smislenu cjelinu i pojam s kojim se treba baviti i raditi na njegovoj popularnosti. Sportska kultura prati globalne trendove i tako oblikuje sportsku kulturu određenog područja s naglaskom na povijesne, kulturne, sociološke i informacijske podatke te ekonomske, gospodarske i infrastrukturne uvjete. Istraživanja koja se bave povezivanjem ova dva pojma u jedan vrlo su zahtjevna i nezahvalna jer je pojedina kultura razvila vlastite obrasce ponašanja koji su za neke kulture nepremostivi pa se smatra da je sport upravo taj pojam i aktivnost putem koje će pojedinci svoje ideale preoblikovati u jedinstvenu kulturu. Jasno je da postoje različita stajališta i razlozi za nestvaranje jedinstvenog okvira sportske kulture, ali smatra se da su dijalog i mladi upravo ti okidači koji će pomoći u što većoj povezanosti ova dva pojma. Dijalog tako da proizvede pozitivnu diskusiju i zdravstveni karton sportske kulture, a mladi svojom voljom, idejama, učenjem i liberalnošću prezentirati sportsku kulturu kao nešto što svaki pojedinac mora njegovati.<sup>6</sup>

U osnovi, sportska kultura je stvar duha koji pokreće srce i um te na taj način gura pojedinca prema bavljenju fizičkom aktivnosti. Najbolji organi koji će pokrenuti pojedinca za bavljenje fizičkom aktivnosti i tako mu stvoriti sportsku kulturu su ministarstva obrazovanja i sporta te mediji koji svojim djelovanjem ukazuju na važnost bavljenja fizičkom aktivnosti.

Obrazovanje je početak širenja vidika mladih o važnosti sporta i pokretač sportske kulture, ali postoje mnoga ograničenja koja mogu zakočiti, usporiti ili umanjiti učinak ovog procesa. Razvijenost zemlje; siromaštvo; razvijenost obrazovnog sustava, gospodarstva, turizma i infrastrukture samo su jedni od čimbenika koji mogu imati negativan učinak. Obrazovni sustav mora biti koncipiran tako da razvije zanimljiv, produktivan i praktičan sadržaj te način obrazovanja koji će, ne samo u sportskom smislu nego i u svakom drugom, pokrenuti mlade

---

<sup>6</sup> Izvor podataka: <https://sociology.iresearchnet.com/sociology-of-sport/sport-and-culture/>, 2022, preuzeto 12.08.2023.).



na širenje i razvijanje vlastitog znanja putem obrazovanja. Od najranijih dana obrazovanja, pojedinci se razvijaju tako da stječu radne navike, a tako se i stvara vlastiti identitet i preuzima kulturu područja na kojem pojedinac obitava. Mnoge države u svom obrazovnom sustavu osnivaju kineziološke fakultete za koje se u velikoj mjeri opredjeljuju sportaši koji se cijeli život bave sportom ali i oni koji nisu aktivni sportski sudionici a to žele postati. Takvi fakulteti su pokazatelji sustavnog praćenja i razvijanja obrazovnog sustava paralelno s poticanjem aktivnog bavljenja sportom. No, to je onaj teorijski dio kojeg država može i treba promicati ali taj se dio mora poistovjetiti s mentalitetom i identitetom pojedinca. Naime, razvijanje discipline kojom se postaje izvrstan i uspješan sportaš najviše se povezuje sa srcem i mozgom, a najmanje s genetikom. Srce i mozak su dio kulture koji se najviše razvija kroz identitet pojedinca odnosno, ta dva organa su usko povezana s identitetom pojedinca. Ta dva organa su bitniji od bilo kojeg obrazovnog sustava, infrastrukture i uređenja države. Ono što je u glavi sportaša i ono što on vidi da može i treba postići, ono što jedino on smatra da može ostvariti, su zapravo mozak i srce. Uz odličnu genetiku s naglaskom na mišiće i kosti, pojedinac povećava svoj rezultat što ga tjera na kulturu ponavljanja procesa. Na taj način pojedinac razvija sportsku kulturu koja mu je temelj za sportski uspjeh, razvija disciplinu, ustrajnost te brigu o tijelu i zdravlju (Jurjević, 1982).

Brojne sportske aktivnosti i sportovi uvelike određuju identitet i kulturu određenog područja i prikazuju navike pojedinaca koji se poistovjećuju sa sportskom kulturom područja. Bavljenje sportom i sam sport pruža pojedincima mogućnost identificiranja s okolinom i drugim pojedincima različitih kultura, ali i spajanje ljudi. Pojedinci odabiru sport prema kulturi koja prevladava u području njihovog djelovanja sukladno njihovoj volji, talentu, upoznatosti sa sportom i medijskom popraćenošću, a odabir sporta prikazuje karakter pojedinca i kulturu kojoj pripada.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Izvor podataka: <https://rightforeducation.org/2019/04/02/sports-so-important-to-our-culture/>, 2019, preuzeto 12.08.2023.).

## 4. Interkulturalna komunikacija

Pojam komunikacije označava sposobnost pojedinca da podijeli vlastita razmišljanja, vjerovanja, stavove, ideje, vrijednosti i osjećaje s drugim osobama te tako stvori čin komunikacije. Kao takva, komunikacija ima različite definicije pa se razumijevanje pojma nastoji prikazati kroz njezina načela. Puno je obilježja komunikacije, a s obzirom na to da su sva načela povezana, u nastavku će se dati osvrt na nekoliko izdvojenih načela.

Interkulturalna komunikacija ima važan utjecaj i na poslovnom planu. Svako poduzeće na današnjem slobodnom tržištu želi postati i ostati konkurentno, a svojim kvalitetnim radom želi ostvariti konkurentsku i komparativnu prednost. Ono što će uvelike odrediti smjer u kojem će poduzeće ići je i interkulturalna komunikacija. Stručni kadrovi te poznavanje stranih jezika, kultura i običaja drugih zemalja mogu biti zamašnjak ka uspjehu kojeg će poduzeće ostvariti. No, na poslovnom planu interkulturalna komunikacija ima sve samo ne opće značenje. Ona je prisutna u pisanom i usmenom komuniciranju prilikom razgovora, prevođenja, pregovaranja, sklapanja ugovora i sl. Isto tako, bitno je osigurati volju i vrijeme koje će se uložiti u ljudske resurse koji će se dodatnim učenjem i obukama moći nositi s pritiskom i zadaćama koje traži interkulturalna komunikacija. U svakom slučaju interkulturalna komunikacija je područje u koje treba ulagati vrijeme i resurse bez obzira radi li se o domaćem ili multinacionalnom poduzeću.<sup>8</sup>

Interkulturalna komunikacija nastaje prilikom razmjene informacija pojedinaca ili grupa čije su kulture različite, a prisustvom kulturne inteligencije ta komunikacija postaje neometana. Dakle, interkulturalna komunikacija se može promatrati kao razmjena znanja, informacija i podataka u bilo kojem trenutku između ljudi koji, pod utjecajem vlastite kulture, nastoje shvatiti i prenijeti poruku drugom pojedincu ili grupi različite kulture. Mnogo je načina i čimbenika pomoću kojih se može pristupiti interkulturalnoj komunikaciji. Jedan od načina je da se, ovisno o sugovorniku i situaciji, odvija interkulturalna komunikacija što znači da se određene poruke ne mogu prenijeti svakome na isti način i, ovisno o situaciji, treba znati upravljati situacijom i na prigodan način prenijeti poruku. Isto tako percepcija pojedinca ili grupe o kulturi sugovornika ima veliki utjecaj na odvijanje interkulturalne komunikacije,

---

<sup>8</sup> Izvor podataka: <https://ehlion.com/magazine/intercultural-communication/>, 2021, preuzeto 12.08.2023).

stoga, u ovom pristupu komunikaciji do izražaja dolazi kulturna inteligencija i kulturni šok koji služe za bolje razumijevanje i prihvaćanje drugih kultura.<sup>9</sup>

Komunikacija uključuje donošenje zaključka što znači da na temelju prenesene komunikacije i primljenih informacija sudionici komunikacije mogu izvesti samostalni zaključak o iskustvima sudionika. Najčešći temelji pomoću kojih se može definirati zaključak su pogledom, pokretima glave, riječima, dugim govorom i tišinom. Komunikacija ima posljedicu što znači da kao takva utječe na sve uključene u komunikaciju. Procesna priroda komunikacije zapravo govori o tome da se mnogo toga može dogoditi za vrijeme trajanja razgovora, točnije od njegovog početka pa sve do njegovog kraja. Jednom kad počne rasprava, ljudi mogu završiti na posve drukčijem mjestu (Samovar et al., 2013: 53).

Reakcije na određenu poruku kategoriziraju se po vrsti i jačini poruke. Svaki pojedinac drugačije reagira na primljenu poruku s obzirom na karakter iste pa se tako na poruke može odgovoriti otvoreno, primjereno, oponašanjem, interakcijom, mentalnom reakcijom i sl. (Samovar et al., 2013: 53).

Proces komunikacije sastoji se od 3 koraka koji se nalaze između pošiljatelja poruke i primatelja iste. Komunikacija započinje kada pošiljatelj ima namjeru prenijeti, za njega, smislenu poruku. Idući korak odnosi se na kodiranje poruke koji definira format u kojem će poruka biti prenesena (riječ, govor tijela, gesta, simbol i sl.). Nakon kodiranja odabire se kanal kojim će se poruka prenijeti (telefonom, e-mailom, licem u lice), a nakon primanja poruke slijedi dekodiranje odnosno, način na koji je primatelj poruke shvatio istu te je pretvara u informaciju. Važan čimbenik komuniciranja je buka ili šum komunikacije koji ometaju komunikacijski kanal iskrivljavanjem poruke. U interkulturalnom kontekstu kulturalne razlike imaju veliku ulogu u prohodnosti, razumljivosti i jasnoći poruke u komunikacijskom kanalu (Bedečević, 2010, str. 132).

#### **4.1. Pojam interkulturalne komunikacije**

Pojam interkulturalne komunikacije vežemo za prijenos poruke ili informacije između dva ili više kulturno različita pojedinca odnosno, ona uključuje sudionike komunikacije čije se vrijednosti, stavovi, norme, simboli pojedinca međusobno kulturno razlikuju. Interkulturalna komunikacija i odnos postala je svakodnevnica jer se ljudi svakodnevno susreću i dolaze u

---

<sup>9</sup> Izvor podataka: <https://ehlion.com/magazine/intercultural-communication/>, 2021, preuzeto 12.08.2023.).

interakciju s pojedincima druge kulture pa joj se iz tog razloga pojedinac mora sve više posvetiti. Percipirana je kao sposobnost pojedinca da bez obzira slaže li se ili ne, prihvati i razumije poruku i shvaćanje koje prenosi član druge kulture. Iako su sudionici interkulturalnog komuniciranja izaslanici različitih kultura, naglasak nije na kulturama nego na odnos koji će se stvoriti tijekom komunikacije kulturno različitih pojedinaca pa se tako interkulturalna komunikacija može promatrati kao komunikacijski fenomen (Bedeković, 2010, str 132).

Temeljna pitanja interkulturalne komunikacije vezana su za interakciju pojedinaca različitih kultura te pitanje vezano za način komunikacije koji bi trebao povezati pojedince u ostvarivanju zajedničkog cilja, a isto tako i pitanje vezano uz prihvaćanje i razumijevanje druge kulture. Odgovore na postavljena pitanja može pružiti visoka razina svijesti o jezičnim različitostima ali i visoka razina potrebe za učenjem drugih jezika te kao takav, jezik predstavlja važan temelj interkulturalne komunikacije (Benjak, Požgaj Hadži, 2005).

Poznavanje više jezika i njegova korištenja kao sredstva komuniciranja i informiranja povećava interkulturalnu kompetenciju pojedinca te bolje shvaćanje drugih kultura, ideja, misli i vrijednosti. Povezanost kulture i interkulturalne komunikacije leži u tome da je kultura pojedinca neizostavni alat koji omogućuje temeljito shvaćanje interkulturalne komunikacije preko razvijanja komunikacije, kulturnog identiteta, kulturnog šoka i dr. (Bedeković, 2010, str 133).

Kako su kultura i interkulturalne komunikacije povezani pojmovi, treba izaći iz zone koja postavlja kulturu kao glavni pojam za proučavanje interkulturalnih komunikacija. Da je kultura glavna točka kroz koju se promatraju interkulturalne komunikacije nije laž, ali će se u nastavku kroz tri čimbenika objasniti problemi na koje se nailazi prilikom takvog promatranja, a to su jedinstvenost svakog pojedinca, stereotipi te objektivnost. Za jedinstvenost pojedinca može se reći da je svaki pojedinac na svoj način jedinstven kroz obrasce ponašanja, vjerovanja, stil i ideje te da, povijesno gledano, nikada nisu postojala dva jednaka pojedinca. Iz tog razloga vrijednosti kulture ne moraju biti vrijednosti svih uključenih u tu kulturu te reakcije na određene poruke, stavove i pitanja ne moraju biti iste. Nastavno na to, stvarnost svakog pojedinca nije ista, svatko promatra iz svoje perspektive i upravo to je ono što pojedinca čini jedinstvenim. Stereotipe se veže uz pojam generaliziranja određenog pojedinca ili skupine ili promatrajući drugu kulturu. Generaliziranje se mora shvatiti kao percepcija pojedinca koja u nijednom trenutku ne smije biti apsolutna, što znači da mora biti podložna promjenama percepcije ako se pojedinac detaljno upozna sa situacijom koju

generalizira. Kod generaliziranja, pojedinac se treba fokusirati na procese i aktivnosti koji se događaju tradicionalno, tijekom dugog vremenskog perioda i tako dobiti jasnu sliku dominantne kulture koja je svakako različita od kulture druge zemlje. Kod proučavanja interkulturalne komunikacije i proučavanja različitih kultura pomoći vrijednosti vlastite kulture nailazi se na problem objektivnosti. Donosi se zaključak na temelju zapažanja druge kulture koju se uspoređuje s vrijednostima vlastite kulture pa se postavlja pitanje kako je moguće razumjeti drugu kulturu na temelju zapažanja i usporedbe. Iz tog razloga se objektivnost može povezati s generaliziranjem čime se stvara negativan utjecaj i odnos između kultura (Samovar et al., 2013: 31).

#### 4.1.1. Međunarodni kontakt

Globalizacija i mnogi drugi događaji koji su se paralelno odvijali imali su iznimno velik utjecaj na stvaranje mreže međunarodnih kontakata. U poslovnom i društvenom svijetu vrijeme puno toga određuje pa je važno ići u korak s vremenom. Ono što vrijeme donosi na poslovnom i društvenom planu je teško pratiti a razvoj tehnologija i informacijskih sustava, promjene u globalnom gospodarstvu te promjene u svjetskom stanovništvu dovele su do toga da svatko barem u maloj mjeri mora izaći iz svojih okvira i početi razmišljati više o drugima nego o sebi.

Globalno gospodarstvo nije naročito nov pojam, a određeni pojmovi poput informacijske tehnologije, komunikacije i slobodnog tržišta pobrinuli su se da se globalno gospodarstvo u novije doba razvija paralelno s globalizacijom. Pojmovi globalizacija i globalno gospodarstvo nikako nisu sinonimi. Pojam globalizacija je širi pojam od pojma globalno gospodarstvo a obuhvaća sve radnje koje su globalno obuhvaćene. Pojam globalno gospodarstvo veže se samo uz ekonomske operacije koje se odvijaju na globalnoj razini. Ekonomske operacije obuhvaćene na globalnoj razini su razmjena roba i usluga, praćenje prometa i ostvarivanje profita, kapitalno cirkuliranje, logističke i špediterske aktivnosti te dr. Obavljanjem tih operacija poduzeća obavljaju robnu razmjenu na globalnoj razini i tako stvaraju međunarodnu mrežu kontakata te razna partnerstva, a isto tako pomoću globalne robne razmjene globalno gospodarstvo biva povezano i ostvarivo iz bilo kojeg dijela svijeta. Pojavom globalizacije, globalno gospodarstvo izgubilo je prvotnu svrhu po kojoj su se poduzeća povezivala, razmjenjivala proizvode i stvarala partnerstva, a sada teže ujedinjenju i jedinstvenosti globalnog gospodarstva (Staničić, 2000).

Tehnologija i informacijski sustavi bilježe rapidan rast i igraju veliku ulogu u međunarodnim kontaktima u smislu dijeljenja, pohrane i primanja informacija. U velikoj mjeri mijenja način

rada i život ljudi svakodnevnim operacijama. Sve su to inovacije koje olakšavaju život i poslovne obveze pojedinca. Neki pojedinci se teško nose s time i ne žele ih prihvatiti, a ako ne prihvate zahtjeve tehnologije mogu na ozbiljnoj razini ugroziti poslovanje poduzeća. Isto tako, poduzeća izdvajaju velike iznose za obuku, instalaciju i korištenje informacijskih sustava pomoću kojih će stvoriti komparativnu i konkurentsku prednost na tržištu. Da bi se to dogodilo, potrebni su obučeni kadrovi, kvalitetni modeli upravljanja i vođenje istih, odabir prioriteta, praćenje i detektiranje mogućih problema opreme, kontrolirani troškovi i adekvatan budžet te sigurna i učestala komunikacija svih uključenih u informacijsku tehnologiju (Muller, 2001).

#### 4.1.2. Aspekti interkulturalne komunikacije

Aspekti vezani za interkulturalne komunikacije koji čine njezine sastavnice i interakcijske elemente su percepcija te verbalna i neverbalna komunikacija. Percepcija kao interkulturalni aspekt predstavlja sagledavanje određenih pojava koje su pod utjecajem situacije bliske osobi koja percipira. Isto tako percepcija se povezuje s vjerovanjem o nečem istinitom ili vjerovanjem da je nešto istinito bez obzira postoje li argumente za to ili ne. Kao interkulturalni doživljaj percepcije izdvaja se stav, kao doživljaj koji nesvjesno nastaje te se mijenja utjecajem novih shvaćanja, ideja i vjerovanja u osobi (Bedeković, 2010, str. 135).

Verbalna komunikacija je drugi interkulturalni aspekt komunikacije koji pomoću simbola i zvukova kreira smislenu poruku. U takvom obliku komunikacije mnogi autori smatraju da je jezik taj koji omogućuje verbalnu komunikaciju te da je on najčešće korišteni sustav s kojim svaki pojedinac mora biti upoznat. „Prema Škiljanu jezik se može definirati kao sustav znakova koje ljudi upotrebljavaju u jezičnoj djelatnosti, jezična zajednica prema istom autoru predstavlja skup govornika kojima međusobnu jezičnu komunikaciju omogućuje činjenica da svi vladaju (barem) jednim jezičnim idiomom i normama njegove uporabe, dok jezgru jezične zajednice čini materinski jezik“ (Bedeković, 2010, str. 135).

Verbalna komunikacija kao aspekt interkulturalne komunikacije, ima velik utjecaj na to hoće li se komunikacija izvesti na ometan ili neometan način. Na to uvelike utječe interkulturalna kompetentnost, razumijevanje i šok pa se zato kaže da ako osoba ima razvijene navedene osobine neće imati problema voditi interkulturalnu komunikaciju putem jezika, simbola i zvuka i tako sugovorniku stvoriti razumljivu poruku. Pomoću verbalne komunikacije pojedinac izražava vlastite stavove i mišljenja, a preko njih kreira sliku o sebi i stvara međuljudske kontakte. Svaki pojedinac, ako stupa u interkulturalni kontakt, trebao bi biti upoznat i prethodno koristiti minimalno jedan strani jezik kako bi olakšao komunikaciju i tako

poboljšao vlastiti razvoj na osobnoj ili poslovnoj razini. Isto tako, kultura pojedinca uvelike određuje interkulturalnu kompetentnost tako da u razvijenim kulturama pojedinci imaju istančan stav prema učenju, radu, kontaktima i osobnom razvoju te na taj način koriste interkulturalnu komunikaciju kao komunikaciju koja će im pomoći da se dodatno razviju i povećaju osobni razvoj.

Izuzev verbalne komunikacije, u interkulturalnoj komunikaciji može se, i treba se, koristiti neverbalna komunikacija. U ovoj komunikaciji kultura također ima veliki utjecaj jer određenim pokretima tijela, gestama, pogledom, izražavanjem raspoloženja, položajem i stavom tijela se daje naglasak i prezentira vlastita kultura. Takve situacije komunikaciji daju dodatnu vrijednost, ali kod poznavanja drugih kultura treba pripaziti na to kako će se ona upotrebljavati s obzirom na to da nisu sve kulture i običaji jednaki. Ako se radi o komunikaciji poslovne prirode treba se staviti naglasak na poslovne običaje koji su pozitivni u sredini iz koje dolazi sugovornik kako ne bi došlo do neugodnih situacija.

Neverbalna komunikacija je neizostavni aspekt interkulturalne komunikacije koji je povezan s verbalnom komunikacijom odnosno, njezinim znakovima koji zamjenjuju verbalnu komunikaciju. Ona je najočitija u pokretima tijela, izrazu lica, zadržavanju pogleda, približavanju/udalžavanju te reflektiranju pozitivnog ili negativnog raspoloženja koje obogaćuje cjelokupnu komunikaciju (Bedeković, 2010, str. 136).

Verbalna i neverbalna komunikacija imaju istu važnost jer se pomoću njih u cijelosti može prenijeti i razumjeti poruka bez obzira na to što u komunikaciji sudjeluju različite kulture. Stoga, treba naglasiti da oba načina komuniciranja ovise o pojedinčevoj kulturi i kompetenciji, koji će, na kraju komunikacije odlučiti o uspješnosti komunikacije i o tome treba li određene osobne vještine poboljšati (Farena, 2016).

#### 4.1.3. Izazovi interkulturalne komunikacije

Od same pojave čovječanstva pa sve do danas, paralelno s tim razvojem, razvijala se i komunikacija, a stalnim razvojem uočeni su mnogi izazovi i nedostaci na kojima se mora raditi i za njih tražiti rješenja. Razvojem čovječanstva i kretanjem stanovništva, razvojem tehnologije i globalizacijom ljudi su postajali različiti a njihove potrebe i želje rasle su. Iz tog razloga imali su potrebu kretati se, migrirati i tražiti bolju sredinu za sebe. U potrazi za boljim životom i zadovoljenjem vlastitih potreba i želja, ljudi se susreću s mnogim i raznim kulturama koje su potpuno drugačije od dominantne kulture njihovog izvornog područja. Takve situacije su vidljive i danas, sve je više stranih radnika u svim zemljama. S obzirom na

to može se zaključiti kako su izazovi s kojima se interkulturalna komunikacija susreće svevremenski. To bi značilo da u nijednom trenutku, od razvoja čovječanstva pa sve do danas, kretanje stanovništva se nije smanjilo. Samim time pojavile su se i predrasude i negativne prosudbe na različitosti pojedinca i njihovih kultura čime se povećavaju napetosti i nelagodne situacije prilikom komunikacije. Zapravo, zadaća interkulturalnih komunikacija je razvoj vlastitih sposobnosti, prihvaćanje i učenje drugih kultura kao i učenje o ponašanju u situacijama gdje se susreću mnoge kulture. Postoje situacije u kojima dolazi do prihvaćanja i preuzimanja vrijednosti i kulture područja u kojemu se pojedinac trenutno nalazi uz prethodno odbacivanje izvorne kulture, vrijednosti i stavova, a takve situacije se povezuju s asimilacijom. S druge pak strane, postoje situacije u kojima je naglasak na jednakosti, prihvaćanju i stvaranju jedinstvenog okvira koji će biti zajednički cijelom području, a takve situacije povezuju se s integracijom. Obje situacije mogu predstavljati izazove, ali i rješenja s kojima bi se trebale pozabaviti vlasti određenog područja. Također, obje situacije pružaju rješenje pa uz brojne analize i istraživanja treba pronaći zajednički jezik i odabrati način koji bi učinio najmanju štetu (Tadić, 2016).

#### **4.2. Utjecaj interkulturalne komunikacije**

Prenošenje kulture s koljena na koljeno, proces pomoću kojega se kultura uči naziva se enkulturacija. Enkulturacija se ostvaruje na razini pojedinca komunikacijom, slušanjem, zapažanjem te pomoću simbola do one razine kada pojedinac postaje interkulturalno kompetentan za samostalno vođenje interkulturalnih komunikacija. Takvim načinom učenja i prihvaćanja kulture dolazi se do pojma etnocentrizam koji oblikuje subjektivnost prikazivanja kulture pojedinca te na temelju etnocentrizma donosi procjenu druge kulture. Interkulturalnu komunikaciju može se promatrati kao kulturnu razliku pojedinca koji pomoću jezika, obrazaca ponašanja, jezičnih stilova te verbalne i neverbalne komunikacije izražava vlastitu kulturu i naglašava razliku u odnosu na drugu kulturu te različito percipiranje svakodnevice pa se iz tog razloga treba staviti naglasak na razumijevanje i promatranje percepcije pojedinca i načina na koji oni razumiju i provode vlastitu kulturu. Kultura se oblikuje i stvara uz pomoć komunikacije te tako, zajedničkim snagama utječu na percepciju pojedinca pa se iz toga zaključuje da kultura i komunikacija ne mogu jedno bez drugog (Bedeković, 2010, str. 133-134).

Za Francusku je 2008. godina bila važna iz razloga jer je bila zadužena za predsjedanje Europskom unijom, a sa svojim planom „Europsko kulturno godišnje doba“ zacrtala je održavanje 500 događaja kulturnog karaktera diljem Francuske, ali i Europe s naglaskom na



interkulturalni dijalog. Glavne teme dijaloga bile su obrazovanje i obrazovna politika koja će jačati kulturu. Upravo te teme dale su rezultate koji su poražavajući. Ispitanici su bili stanovnici Francuske, Italije i Njemačke koji su odgovarali na pitanja kulturnih obilježja navedenih zemalja, a odgovori su bili temeljeni na stereotipima. Upravo ti odgovori ukazuju na važnost interkulturalne komunikacije pomoću koje ne samo da se razvijaju vlastite sposobnosti i snalaženja na područjima gdje obitava drugačija kultura, nego se i uči o drugim zemljama i šire vlastita znanja i vidici. Tako se postiže kohezija između kultura, ali i njezinih izaslanika koji su u svakodnevnom kontaktu. Ta komunikacija se u današnje vrijeme nameće sama po sebi jer svatko može posvjedočiti o današnjem funkcioniranju svijeta, bilo to kroz politiku, obrazovanje, sport, poslovne aktivnosti i gospodarstvo, pa se iz toga može i mora zaključiti da će svatko u navedenim aktivnostima ostvariti nekakvu svoju vrijednost i biti prepoznat sukladno svojim sposobnostima interkulturalne komunikacije (Cvjetičanin, 2014, str. 184).

#### **4.3. Interkulturalni utjecaj na sport**

Ljudi se svakodnevno susreću s obilježjima različitih kultura te uče kako ih prihvatiti i poštovati. Sport je zahvaćen slobodnim tržištem i širokim dijapazonom kultura koje ga mogu obuhvatiti. Kako su se mijenjale političke situacije u svijetu, prolazili ratovi, tehnologija je napredovala, intenzivno se razvijala i globalizacija, tako je, u određenoj mjeri, svaki navedeni događaj utjecao na sport, ali i sve sudionike uključene u sport.

Uzevši Republiku Hrvatsku kao najbliži primjer, većina sportskih kolektiva od njezina osamostaljenja bili su pod velikim povećalom države i političkih stranaka te se uživali u pomoći istih u obliku financija, izgradnje infrastrukture i sl. Najviše se to osjetilo u nogometu i košarci gdje su najveći klubovi predstavljeni kao državni projekti, doduše neki su opstali, ali pojavom privatizacije sve je splasnulo te se entuzijazam vođen svjetskom broncom nogometaša 1998. godine u Francuskoj ugasio. Nije se ugasila volja, trud i želja pojedinaca da se sportski uspjeh nastavi nego su sportski kolektivi počeli polako ovisiti o sponzorstvima „dobročinitelja“ koji su svakako vidjeli svoju korist u tome, a na kraju sportski kolektiv izvuče deblji kraj. Takvih primjera ima mnogo, bit će ih još više jer uglavnom poduzeća, kao glavni predstavnici sponzora sportskih kolektiva, svoje „sive“ poslovne aktivnosti pokušavaju provući kroz sport u kojemu se u prošlosti stečeni identitet narušava. Mnogim sportskim kolektivima je iz tog razloga narušen identitet, udaljeni su od ljudi i podneblja na kojem su osnovani, a sve isključivo zbog ljudske pohlepe.

Kroz samostalnost Republike Hrvatske mali je broj zainteresiranih domaćih poduzeća koje bi ulagala i sponzorirala sport pa na scenu stupaju strani ulagači koji svoje bogatstvo, stečeno možda i na sumnjiv način, nastoje povećati dodatnim ulaganjem u sport. Strani investitori prvi i osnovni su interkulturalni primjer koji se pojavljuje prilikom preuzimanja nekog sportskog kolektiva. Govoreći najviše o nogometu, slobodno i nemilosrdno tržište polako se iskrivljava načinom na koji funkcionira jer su u bilo kojem trenutku iz bilo kojeg dijela svijeta dostupni igrači i treneri koji mogu doći u bilo koji klub. Svaki igrač i trener sa sobom nosi kulturu, vjeru, običaje, vjerovanja i ideje podneblja na kojemu je odrastao i djelovao u svojoj karijeri pa se tako, samim dolaskom igrača ili trenera u drugu sredinu, sudaraju razne kulture i običaji. No, u Hrvatskoj nije toliko izražen takav način poslovanja kao u nekim drugim europskim državama, ali i diljem svijeta kao npr. u Saudijskoj Arabiji gdje se s velikim novcem nastoji dovesti najbolje igrače svijeta i tako ucrtati Saudijsku Arabiju na sportsku kartu svijeta, čak po cijeni prekršaja vlastite kulture.

Globalizacija je uvelike odredila smjer u kojem će sport ići, barem što se tiče načina na koji se posluje u sportskim kolektivima, ali izuzevši sportske kolektive, treba napomenuti da i navijači imaju svoju ulogu u nogometu kao interkulturalnom fenomenu. Planetarno popularni klubovi iz najjačih liga, svoje navijačke baze, pa čak i klubove navijača imaju diljem svijeta. Tako se na tribinama stadiona velikih klubova kao što su Barcelona, PSG, Real Madrid i Manchester City mogu pronaći razne nacionalnosti i kulture, a najčešći su Arapi, Kinezi, Japanci, Korejci i Indijci gdje je nogomet popularan ali njihove zemlje nisu nogometne nacije. Stoga se može zaključiti da je interkulturalni utjecaj na sport, barem danas, jako velik. Susreću se razne kulture i običaji koji mogu u drugi plan gurnuti domaću kulturu. U nekim zemljama je ograničen broj stranih igrača koji mogu pristići iz drugih zemalja kako bi se pružila prilika domaćim sportašima za promociju čime se nesvjesno smanjio interkulturalan utjecaj na sport.

Nogomet je zasigurno sport koji privlači najveću pažnju u Republici Hrvatskoj i zasigurno je pravi primjer interkulturalne različitosti, ali njegov primjer prate i neki drugi sportovi. Tu svakako treba izdvojiti futsal i košarku. Futsal u Hrvatskoj je u rastu, a zasnovan je na entuzijazmu domaćih poduzetnika koji su zaljubljenici u sport. Godinama se dovode strani igrači, ponajviše iz južnoameričkog podneblja, ali je Hrvatska zadnjih nekoliko godina i domaćin završnih turnira Lige prvaka u futsalu što je velika promocija hrvatskog sporta i kulture. Međutim, ne vežu se dugo za Hrvatsku te je upitno koliko su spremni učiti o kulturi i običajima te jesu li im se kultura i običaji uspjeli nametnuti.

Olimpijske igre su sportski događaj kojeg karakteriziraju mnoge različite kulture. Samim time imaju i velik interkulturalni utjecaj. Događaj na kojem se okupljaju sportski predstavnici iz cijelog svijeta i za sobom nose domaće običaje i kulture koji sportaše, organizatore, ali i sve ostale uključene sudionike „tjeraju“ da svoje običaje i kulture predstavljaju na pristojan način.

Stoga, u sportu i sportskim događajima vidljiv je interkulturalni utjecaj koji ne samo da mora pripremiti sve uključene u sport na prihvaćanje i razumijevanje različitih kultura nego i da u sportu, s obzirom na običaje i kulture zemalja, nema mjesta politiziranju i diskriminaciji na rasnoj, vjerskoj i spolnoj osnovi. To je jedini put kojim sport treba ići, put koji će prepoznati mladi naraštaji i put kojim će uočiti važnost bavljenja sportom, a samim time ne samo predstavljati svoju zemlju na velikim sportskim događanjima nego i sebe te svoje običaje i kulturu.

## 5. Izabrani primjeri

Kada je riječ o kulturnim i poslovnim običajima vezanim za odabrane zemlje onda treba reći da svaka zemlja njeguje vlastite obrasce ponašanja koji su vezani za kulturu promatrane zemlje. Upravo ti obrasci ponašanja vezani za kulturu promatrane zemlje razlikuju se od obrazaca ponašanja pripadnika neke druge poslovne i opće kulture. Svaki poslovni i kulturni susret pojedinca pretvara u širitelja vlastite kulture i naučenih poslovnih obrazaca ponašanja, a na temelju njegove kulturne inteligencije i naučenih obrazaca ponašanja se kreira percepcija države iz koje dolazi pojedinac. Uz prihvaćanje i poštivanje ideja, vjerovanja, osjećaja i stavova drugih, kao predvodnici općih zahtjeva interkulturalnog kontakta, treba voditi računa i o sljedećim obrascima ponašanja kao npr. ne praviti buku na javnim mjestima, prikupiti informacije o promatranoj zemlji, naučiti obrasce ponašanja i osnovne kulturne običaje promatrane zemlje, postaviti pitanja i dr.

### 5.1. Poslovni primjeri različitih država

#### 5.1.1. Arapska i islamska kultura

Islamska kultura se u velikoj mjeri reflektira na obrasce ponašanja i način života kojega vode njezini izaslanici, a najčešće se takvi obrasci ponašanja primjećuju u putovanjima arapskih zemalja izvan njezinog poluotoka. Na Arapskom poluotoku turizam je jedna od vodećih djelatnosti koja obiluje luksuznom uslugom pa iz tog razloga Arapi, naučeni na luksuz, putuju svijetom zajedno sa svojim obiteljima koje broje mnogo članova. Kada putuju luksuz im nije od presudne važnosti pri odabiru hotela, a preferiraju male hotele s izvrsnom uslugom. Nisu naviknuti putovati samostalno pa kada putuju, putuju kao obitelj. Imaju velika očekivanja od usluge i to smatraju pod normalnim jer su naviknuti na takvu praksu u svojoj zemlji, a često imaju i posebne zahtjeve za koje smatraju da ih nije teško ispuniti te odbijanje zahtjeva ne priznaju kao odgovor. Nisu naviknuti tražiti dodatne usluge jer očekuju da će sve što im treba, sukladno njihovoj vjeri i kulturi biti dostupno. Prije samog putovanja istražuju smještaj i mjesto gdje putuju i to preko provjerenih izvora kao npr. ambasade, agencije i sl.<sup>10</sup>

Dobro poznaju engleski jezik, ali prilikom njegovog govorenja traže razumijevanje jer ako zakluče da se želi što prije završiti komunikacija, sugovornika će smatrati nekulturnim te da nema poštovanja i razumijevanja. Očekuju da usluga izgradi blizak odnos pomoću kojega će se oni otvoriti i povećati zainteresiranost, a cijene osmijeh, dobre međuljudske odnose te ne žele slušati loše vijesti. Zanimljivo je to da se lako i brzo naljute ako prilikom razgovora

---

<sup>10</sup> Izvor podataka: <https://phdessay.com/hospitality-tips-for-arab-guests/>, 2023, preuzeto 20.08.2023.).

postoji veliki razmak između sugovornika, a vole da sugovornik poznaje njihovu kulturu i strpljenje dok prilikom pozdrava očekuju pripremljenost i teatralnost (Bojić, Ivaniš, Vujić, 2012).

Isto tako u njihovoj kulturi molitva ima posebno mjesto jer se mole pet puta na dan okrenuti u smjeru Meke pa očekuju provjerene informacije o vremenu izlaska i zalaska sunca. Prije molitve, pravilo je tuširanje, a isti ručnik ne koriste dva puta. Toliko daleko idu u luksuzu da su i od velike nužde stvorili događaj koji je popraćen posebnim cijeovima za pranje, korištenje toaletnog papira smatraju nehigijenskim, a sve to vrše lijevom rukom koju smatraju nečistom.<sup>11</sup>

Djeca imaju važnu ulogu u njihovim životima, a više od pažnje koja im se može pružiti, cijene pažnju koja se skreće na njihovu djecu. Vole biti na sigurnom, programe na arapskom jeziku, svježe voće i lješnjake, arapski meni i čaj koji se smatra pićem dobrodošlice, a jedu samo desnom rukom iz poznatih razloga.<sup>12</sup>

U Saudijskoj Arabiji nije slučaj da sugovornik prvi pruži ruku već je praksa da Arap prvi pruži ruku sugovorniku. Bez obzira na velike temperature, na poslovne sastanke dolazi se u odijelu gdje je obavezno prekriti gornji dio ruku i noge, a u javnom prostoru zabranjeno je nositi usku, raskopčanu i otvorenu odjeću. Ne poslužuju svinjske proizvode, a velike kazne rezultat su korištenja cigareta, alkohola, porno novina kao i upravljanja vozilom od strane ženske osobe.<sup>13</sup>

### 5.1.2. Francuska

Država koja uživa vlastite geografske ljepote, prijestolnica je mode ali i ignoriranja pravila koja su postavljena pred njezine stanovnike. Velika važnost daje se modi, svaki uspjeh vezan je za skupa odijela, obuću i modne dodatke te su stava da odijelo čini čovjeka. Zanimljivost vezana za modu je da košulja plave boje može izazvati i podcjenjivačko mišljenje pojedinca jer plave košulje nose novi članovi francuske vojske, a sako se nikada ne skida u uredima.<sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Izvor podataka: <https://talkinarabic.com/arabic-traditions-culture-customs/>, 2022, preuzeto 20.08.2023.).

<sup>12</sup> Izvor podataka: <https://talkinarabic.com/arabic-traditions-culture-customs/>, 2022, preuzeto 20.08.2023.).

<sup>13</sup> Izvor podataka: <https://zamzam.com/blog/what-to-wear-in-saudi-arabia/>, 2022, preuzeto 20.08.2023.).

<sup>14</sup> Izvor podataka: <https://ofrench.com/business-france/business-dress-code/>, 2023, preuzeto 19.08.2023.).

Poduzeća i institucije su hijerarhijski funkcionalno uređeni te zahtijevaju visoku razinu obrazovanja, profesionalizma te stručnosti obraćajući pažnju na detalje, a upravo to traže od pojedinaca kako bi u dogledno vrijeme mogli razviti vlastiti autoritet. Ako se sumnja u kvalitetu neke ideje, projekta ili prijedloga, upiru prstom u pojedinca te sumnjaju u stručnost o iznesenoj ideji. Kako daju pažnju detaljima tako i svoj poslovni plan detaljno i dugoročno razrađuju, a zbog toga su zaposlenici lojalniji svojim poduzećima, ali ne samo poduzećima nego i svojim obiteljima. Ozbiljno shvaćaju poslovne sastanke gdje se za sastanak pojedinac mora prethodno pripremiti te sastanak percipiraju kao događaj gdje se treba baviti važnim stvarima a ne gubiti vrijeme na zajedničko donošenje odluke (Bojić, Ivaniš, Vujić, 2012).

Drže do svoje privatnosti pa su tako rijetke kućne posjete, a ako vas netko pozove to se smatra pozivom u kafić ili restoran, a zanimljivo je da se samo u slučaju jake prijateljske veze domaćici donosi cvijeće. Uživaju u jelu i odmoru, pa od discipliniranog radnog dana prihvaćaju dobru zabavu, najčešće na tuđi račun i uz duge obroke. Važno je znati da se ne suzdržavaju od pozdrava bez obzira poznaju li se međusobno ili ne, a najčešći pozdrav je rukovanje koje može prerasti i u grljenje te ljubljenje u obraz tri puta.<sup>15</sup>

### 5.1.3. Grčka

Grci su veliki patrioti, a taj ponos prema svojemu stvorili su na temelju svoje povijesti, religije i jezika. Društvo ima veliki utjecaj na gospodarstvo pa su tako Grčku zaobišle velike kompanije te ju karakteriziraju mala i srednja poduzeća u obiteljskom vlasništvu. U poslovnom svijetu nisu žrtve dnevnog reda i zapisnika, a poslovni sastanci im služe kako bi iskazali mišljenje, mišljenje koje oni najviše cijene, a to je suprotno. O poslovnim sastancima putem pisanog kontakta imaju nepovjerenje jer si vizualiziraju da ih druga strana želi prevariti te pisani dokument ili drugi oblik pisane dokumentacije sačuvati kao dokaz o dogovorenom, pa su iz tog razloga više orijentirani na poslovne sastanke uživo koje ponavljaju sve dok se ne sklopi posao (Bojić, Ivaniš, Vujić, 2012).

Cijene poznavanje njihove tradicije, kulture, religije te grčkog jezika za čije neznanje imaju razumijevanja, a za poslovne sastanke nisu pod pritisku zbog odjevne kombinacije koja im ne predstavlja položaj u društvu. Treba istaknuti da imaju praksu zaručivanja prije vjenčanja,

---

<sup>15</sup> Izvor podataka: <https://www.britannica.com/place/France/The-fine-arts>, 2020, preuzeto 19.08.2023.).

slave imendane, a najčešća jela na tanjuru su govedina, piletina, svinjetina i janjetina uz salate i maslinovo ulje.<sup>16</sup>

#### 5.1.4. Indonezija

U poslovnom svijetu vole vidjeti osmijeh na licu sugovornika, a izostanak osmijeha, kritiziranje, nametanje i cjepidlačenje im mogu biti dovoljni kako bi prekinuli razgovor te otkazali sve dogovorene poslovne aktivnosti. Vole unaprijed dogovorene poslovne sastanke te točnost, a cijene pozdrav s naklonom i obraćanjem korištenjem njihovih titula.<sup>17</sup>

Zanimljivo, indoneška kuhinja je bogata začinima, a kihanje koje prouzrokuju začini, najčešće papar, je strogo zabranjeno te je preporuka ostaviti dio hrane na tanjuru jer ako se tanjur isprazni stvorit će mišljenje da ste još gladni. Isto tako zanimljivo je da je uvredljivo prilikom sjedenja omogućiti drugoj osobi pogled na potplat cipele, a prema njihovom vjerovanju, djeci se može uznemiriti duša ako ih se pomiluje po glavi.<sup>18</sup>

#### 5.1.5. Italija

Samo morska granica dijeli Italiju od Hrvatske, a uvelike se razlikuju po kulturnim i poslovnim običajima. U Italiji svako državno tijelo radi samo za sebe, a političke stranke u velikoj mjeri diktiraju tempo gospodarstva, društvenu slobodu te zapošljavanje i razvoj poslovne karijere pojedinca. Samim time ne drže se zakonskih propisa pa se tako svaka poslovna aktivnost države može pronaći u sivoj zoni, daleko od zakona. Poslovni subjekti definirani su tako da nema jasne hijerarhijske podjele osim na samom vrhu piramide gdje postoje samo predsjednik i generalni direktor, a autoritet i odgovornost se prenose formalno i na pojedince u koje sami hijerarhijski vrh ima povjerenja. Poslovne sastanke ne uzimaju za ozbiljno pa su skloni kašnjenju i ležernosti, a postoji mogućnost da se ono dogovoreno na sastanku nikada ni ne ostvari.<sup>19</sup>

Ne mogu u svakom aspektu svoga života biti ležerni, pa tako Talijani drže do svojih obitelji i rodbinskih odnosa te je razlika između obitelji i poslovnog života vidljiva. Što se tiče obitelji, u tim odnosima su lojalni a djecu stavljaju na prvo mjesto, pa se predlaže da ako ih se želi

---

<sup>16</sup> Izvor podataka: <https://bradfordjacobs.com/countries/europe/greece/greece-work-culture/>, 2020, preuzeto 19.08.2023.).

<sup>17</sup> Izvor podataka: <https://www.socialexpat.net/mastering-business-etiquette-in-indonesia-a-guide-for-professionals/>, 2023, preuzeto 19.08.2023.).

<sup>18</sup> Izvor podataka: <https://asialinkbusiness.com.au/indonesia/conducting-business-in-indonesia/business-etiquette-in-indonesia?doNothing=1>, 2021, preuzeto 18.08.2023.).

<sup>19</sup> Izvor podataka: <https://businessculture.org/southern-europe/business-culture-in-italy/business-etiquette-in-italy/>, 2023, preuzeto 18.08.2023.).

smekšati ili zainteresirati za poslovne aktivnosti, djeca su ta koja bi mogla skrenuti pažnju i poboljšati sliku pojedinca ili poduzeća u očima Talijana. Ako se nađu u društvu poslovnih ljudi, stavit će naglasak na obzirnost i poslovne manire, a vole čvrsti stisak ruke i tituliranje.<sup>20</sup>

Vole nogomet i praznovjerni su što dokazuje podatak da im je nesretan broj baš broj 17, a nesretni dani ponedjeljak i petak te se svakako preporučuje razgovor u kojeg nisu uključena pitanja o mafiji i korupciji. Nadalje, treba napomenuti da, ako se poslovni razgovori vode u restoranu, bez obzira na jelovnik, konobar preporučuje jelovnik koji će se jesti, a posluju po paroli „Daj i bit će ti vraćeno“ što se ne mora odmah ostvariti, nego protuuslugu mogu tražiti i nakon nekog vremena, a kako bi svoje poslovne partnere impresionirali vole ostaviti dobar dojam, bez obzira na to što poslovni sastanci više društvenog nego poslovnog karaktera (Bojić, Ivaniš, Vujić, 2012).

#### 5.1.6. Izrael

Odgovoran stav prema poslu i poslovnim odnosima okarakterizirani su u znaku napornog rada, profesionalnosti i poštovanja, a opušteni pristup radu ne toleriraju. Ono što se smatra najpoštenijim u njihovom kadroviranju je da se samo radom i odgovornošću može doći do određene pozicije u poslu, a samim time su stopu nepotizma sveli na niske razine. Poznati su po njegovanju obiteljskih odnosa pa veliki dio svoga vremena nastoje provoditi s obitelji. Poslove ne vole obavljati u večernjim satima, a karakterizira ih izravnost i pristupačnost, ali vole pokazati autoritet u situacijama kada se donose važne odluke u koje su, zanimljivo, uključeni svi zaposlenici bez obzira na hijerarhijski status u poduzeću.<sup>21</sup>

#### 5.1.7. Japan

Danas jedna od najrazvijenijih zemalja svijeta, ne tako lijepo za čuti ali, zahvaljujući događajima vezanim za Hirošimu i Nagasaki koji su potaknuli Japance na korijenite promjene svakog sustava u zemlji koji je povezan s njezinim rastom. Iz toga je proizašao Kairetsu, poslovni subjekt koji okuplja bankare, proizvođače i dobavljače, a vodi se parolom da ono što je dobro uvijek može bolje. Svoju poslovnu kulturu ne zasipaju jasnom i striktnom podjelom poslova, ne taže od svojih zaposlenika premašivanje vlastitih osjećaja u poslu te svoje poslovne aktivnosti temelje na kolektivizmu što u konačnici povećava timski rad. Skromni,

---

<sup>20</sup> Izvor podataka: <https://culturalatlas.sbs.com.au/italian-culture/italian-culture-family>, 2017, preuzeto 18.08.2023).

<sup>21</sup> Izvor podataka: <https://culturalatlas.sbs.com.au/israeli-culture/israeli-culture-business-culture>, 2020, preuzeto 17.08.2023).



ponizni i laki na komplimentu, poštivat će sugovornika i cijeniti njegove sposobnosti ako se poistovjeti s Japancem (Bojić, Ivaniš, Vujić, 2012).

Posjetnice im u poslovnom svijetu puno znače te njihovom razmjenom započinje poslovni sastanak. Imaju posebne mehanizme koje proučavaju na sugovorniku u samom činu podjele. Naime, ako se primljena posjetnica drži za gornje kutove, zainteresirano promatra te klimanjem glavom odobrava, test je položen. Ne vole da se posjetnice samo uzmu i spreme jer iz takvog primanja posjetnice zaključuje nezainteresiranost, a zbog toga se čak i uvrijede. Cijene točnost i dolaženje na sastanak na vrijeme bez kašnjenja a kašnjenje toleriraju samo uz prethodnu najavu. Na poslovne sastanke imaju praksu dovesti stručnjake koji će poslovnom sastanku staviti naglasak na ozbiljnosti, a od sugovornika očekuju da za poslovni sastanak pripremi materijale kojima bi vizualizirali temu sastanka. Striktni su i po pitanju poslovne odjeće gdje cijene profesionalnost i uredan stil u crnoj i sivoj boji, a bijela boja im predstavlja tugu pa se preporučuje izbjegavanje bijele boje na poslovnim sastancima. Preferiraju pozdrav naklonom ali poštujući kulturu sugovornika i podneblje iz kojeg dolazi prilagođavaju se i drugim pozdravima kao što je npr. rukovanje. Vole simbolične darove u obliku kemijske olovke koja prezentira poduzeće, a kada prime skupe poklone ne vole ih otvarati pred sugovornikom. Uspješan poslovni sastanak vole zaključiti ručkom ili večerom uz koje su otvoreni za razgovor što nije slučaj u vrijeme pauze jer to vrijeme koriste za vlastite misli.<sup>22</sup>

Značajna su im ulaganja u obrazovanje, zaposlenicima daju pravo mišljenja i sudjelovanja o idućim koracima poduzeća koja se tiču rasta i poboljšanja efikasnosti te na taj način žele zaposlenika približiti poduzeću i povećati mu poštovanje. Mali je broj poduzeća koja su bankrotirala, plaće su skoro pa jednake, ljudski odnosi se njeguju a zaposlenika se nastoji što duže vezati za poduzeće (Bojić, Ivaniš, Vujić, 2012).

#### 5.1.8. Njemačka

Njemačka je svoju geografsku strukturu podijelila na pokrajine koje imaju veliki utjecaj na gospodarstvo, ali i politički sustav zemlje. U poduzećima važnu ulogu imaju sindikati koji su često u upravama, a odani su propisanim zakonima te imaju nultu stopu tolerancije za kršenje istih te se iz toga može zaključiti da imaju birokratski odnos prema poslovanju i poslovnim subjektima. Njemačko stanovništvo pa i poduzeća nisu sklona riziku, vole da je sve prethodno izračunato, dogovoreno, planirano i smišljeno te se ne vole dovesti u nelagodne i neizvjesne situacije. Vole da je vrh organizacije i onih koji donose važne odluke stručan, kompetentan i

---

<sup>22</sup> Izvor podataka: <https://asialinkbusiness.com.au/japan/conducting-business-in-japan/japanese-business-culture-and-etiquette?doNothing=1>, 2021, preuzeto 17.08.2023).

profesionalan, a mišljenje onih koji nemaju navedene karakteristike se ne uzima kao relevantno. Od menadžera se očekuje organizirano i jasno upravljanje te se očekuje da se menadžeri poistovjete sa zaposlenicima u kontekstu rada kako bi se menadžer percipirao kao uzor, a zauzvrat, menadžeri traže dosljednost i poslušnost. Nultu stopu tolerancije imaju na kašnjenje, osobnu šalu u ozbiljnim situacijama, a oštar pogled imaju i prema poslu i novcu. Visoka radna disciplina i etika naučila ih je da su u stalnom natjecateljskom raspoloženju, da ne priznaju neuspjeh te da su lojalni i odgovorni prema poduzeću u kojemu rade jer se očekuje da u svom radnom vremenu svoj posao obave na najefikasniji način. U poslovnim odnosima su vrlo striktni i disciplinirani što dovoljno govori o tome da vole točnost, unaprijed definiran termin sastanka, jasan dnevni red, drže do poslovnog odjevnog stila, pogotovo sako koji zanimljivo, treba biti zakopčan, a prelazak na „ti“ iziskuje dugo vremena te veliko povjerenje od strane njemačkog sugovornika.<sup>23</sup>

#### 5.1.9. Rusija

Upravljanje SSSR-om ostavilo je traga na razinama upravljanja koje su nužne za razvoj države nakon raspada Sovjetskog saveza. Tu se najviše vidi utjecaj na gospodarstvo koje je procvatilo nakon Hladnog rata te nakon širenja Rusije prema Aziji od koje su preuzeli razne elemente kulture. To govori činjenica da se Rusija ubraja u Europu, ali nije sklona širenju odnosa s drugim europskim državama, osim susjednim (Bojić, Ivaniš, Vujić, 2012).

Svoje poslovne odnose baziraju na emocionalnoj razini što itekako zna prevariti, a time žele dokazati kako su odani i s velikom pozornošću u poslu. Na taj način nastoje razviti obostrane simpatije, ali ne razgovorima o bolestima, smrti, ludilu i seksu jer nisu skloni razgovorima o sličnim teškim temama nego striktno poslovnim razgovorima. Mlađi naraštaji imaju visoku razinu obrazovanja, kompetentnosti i stručnosti i po tome se u velikoj mjeri razlikuju od prosjeka Europe. Osim o poslu, vole razgovarati o bitnim elementima njihove kulture i cijene poznavanje istih, a najviše o ruletu, vodki, sportašima, izumiteljima, političarima i znanstvenicima na koje su iznimno ponosni. Čest je slučaj da zakasne na poslovne sastanke na koje dolaze u odijelima, a dogovor oko sastanka vole voditi na formalan način. Vole primiti darove i stvoriti pouzdanu mrežu kontakata, pouzdanosti i povjerenja te se rado i u velikoj

---

<sup>23</sup> Izvor podataka: <https://www.expatrio.com/working-germany/german-business-culture>, 2023, preuzeto 16.08.2023).

mjeri oslanjaju na osobne kontakte. Nakon sklopljenog posla očekuju poziv na zabavu, večeru ili ručak te se lako zblizavaju, a od pozdravljanja preferiraju rukovanje i ljubljenje.<sup>24</sup>

#### 5.1.10. Španjolska

Španjolci su veliki zaljubljenici u svoju zemlju pa je prije samog poslovnog sastanka dobro pročitati poneku zanimljivost i upoznati se sa Španjolskom kako bi se ostavio dobar prvi dojam jer Španjolci njeguju prvi dojam i djeluju suzdržano u početku, no ako ih se očara znanjem i profesionalnošću postaju otvoreniji. Svoj radni dan započinju u 9 sati uz razgovor i kavu, a strogo se drže i odmora u obliku *sieste* u trajanju od 13 do 14h, a nekada potraje i duže. Isto tako imaju i naviku spajanja radnih dana s blagdanima pa se takvi termini dogovaranja poslovnih sastanaka trebaju izbjegavati kao i za vrijeme godišnjih odmora koje koriste najviše u srpnju i kolovozu te tako ostaju nedostupni. Slatkorječivi su, ne vole točnost u vremenu te je u bilo kakvom dogovoru s njima ključno strpljenje, a svoj ponos najviše iskazuju kroz lijepo upakiravanje riječi koje će zataškati loše poslovno stanje ili informacije koje trebaju prenijeti. Isto tako, nisu podložni mijenjanju svojih mišljenja i stajališta pa se na poslovnom sastanku može krivo zaključiti kako su otvoreni za sve varijante poslovanja i prihvaćanje predloženih ideja. Vanjski izgled i prezentacija im je od velike važnosti i cijene poduzeća koja ulažu trud u tom smjeru, a prilikom poslovnih sastanaka preferiraju klasičan poslovni stil odijevanja. Ne vole teme o Baskima, Kataloncima, borbama bikova, Drugom svjetskom ratu, Gibraltaru te osobna pitanja ali zato uživaju razgovarajući o svojoj povijesti i kulturi, politici i nogometu (Stuburić, 2021).

## 5.2. Sportski primjeri

### 5.2.1. Apartheid

Više od četvrtine stoljeća prošlo je od vraćanja Južnoafričke Republike na međunarodnu sportsku scenu nakon što je okončana era apartheida. Južnoafrička Republika se godinama vidljivo dijelila na ljude bijele i crne boje kože pa s obzirom na to postojale su rasne razlike. Stanovnici te zemlje smatrali su da su ljudi bijele boje kože imali povoljniji položaj u zemlji te da su oni i njihova djeca imali više mogućnosti za napredak u poslu, školovanju, kulturi ali i sportu što je u konačnici i bila istina. Za očekivati je bilo da takvi sukobi mogu samo naštetiti klimi unutar države i da je cjelokupna rasna podjela nakon apartheida i dalje vidljiva.

---

<sup>24</sup> Izvor podataka: <https://culturalatlas.sbs.com.au/russian-culture/russian-culture-business-culture>, 2017, preuzeto 16.08.2023).

Isto tako, cjelokupna situacija se odrazila i na sportsku kulturu unutar zemlje pa su i u tom smislu sportaši „tamne“ boje kože bili zapostavljeni.<sup>25</sup>

Godine 1995. Južnoafrička Republika osvojila je prvo mjesto na Svjetskom prvenstvu u ragbiju a tadašnji predsjednik države Nelson Mandela uručio je pehar za osvajača Svjetskog prvenstva. Na tu temu snimljen je i film pod nazivom „Invictus“. Od toga trenutka sport u Južnoafričkoj Republici bio je aktivnost koja je išla u smjeru ujedinjenja nacije jer su u to vrijeme za ragbi reprezentaciju igrali igrači i „bijele“ i „tamne“ boje kože. U jednom trenutku, krovna nogometna organizacija FIFA priznala je Nogometni savez Južnoafričke Republike, ali ne cjelokupne zemlje nego samo bijelaca što je, naravno, u godinama koje su slijedile bilo poništeno. Cijeli politički vrh Južnoafričke republike je čvrsto stajao uz politiku apartheida i oštro je provodio unatoč oštrim zabranama svjetskih organizacija raznih sportova. Takav način vođenja sportske politike zemlje doveo je do podjele i osnivanja novih saveza za „tamne“ sportaše koji su zakinuti i za nastupe na Olimpijskim igrama. I za kraj, nikako ne treba zaboraviti da je Južnoafrička Republika bila domaćin Svjetskog nogometnog prvenstva 2010. godine ali uz mnoge kontroverze nogometnih saveza s tog kontinenta zbog sumnje na uzimanje mita i davanja glasova domaćinstva.<sup>26</sup>

### 5.2.2. Borbe bikova i pijetlova

Primjeri koji nisu klasični sportovi, ali su dio kulture određenog područja su borbe bikova koje se među određenim dijelom stanovništva smatraju umjetnošću te borbe pijetlova.

Borbe bikova su najpopularnije u Španjolskoj ali se odvijaju i u Francuskoj te Portugalu. Postoje mnoge varijante borba bikova i na Bliskom istoku ali ne po europskom modelu po kojem se bik bori s čovjekom koji ga izaziva crvenim plaštem koji izluđuje bika, dok na Bliskom istoku u borbi sudjeluju dva bika. U europskim državama ovakav način zabave za publiku naišao je na mnoge kritike pa se tako smatralo da takve borbe odvlače pozornost od crkve i crkvenog načina života. Nadalje, smatra se da takav način zabave nije moralan za obje strane jer je narušeno pravo životinja za koje se bore mnogi aktivisti, a zapravo se na borbe bikova gleda kao na aktivnost koja je zaštićena od strane Europske unije. Kod ovakvih aktivnosti, kao i kod drugih sportskih događaja može se prognozirati konačan ishod pa je time ova aktivnost zanimljiva gledateljima. Isto tako, smatra se da ovakve aktivnosti uvelike

---

<sup>25</sup> Izvor podataka: <https://globalsportmatters.com/culture/2019/04/16/south-africas-sports-lack-progress-in-the-post-apartheid-era/>, 2019, preuzeto 29.05.2023).

<sup>26</sup> Izvor podataka: <https://globalsportmatters.com/culture/2019/04/16/south-africas-sports-lack-progress-in-the-post-apartheid-era/>, 2019, preuzeto 29.05.2023).

doprinosu društvenom životu zemlje jer zapošljavaju velik broj ljudi, a imaju i humanitaran karakter kojim se pomaže potrebnim slojevima društva.<sup>27</sup>

Za razliku od borbi bikova, borbe pijetlova su na Baliju nezakonite ali su ujedno i dio njihove kulture i tradicije. Bali je otok koji je svojem zemljanom obliku nalik pijetlu. Nema puno spisa o borbi pijetlova i detaljnih opisa kako se izvode i odakle potječu no, zauzeli su svoje tradicijsko mjesto koje i nije za pohvaliti se. Dok je Bali bio pod nizozemskom vlašću, vlasti su zabranile takve aktivnosti te su do danas nezakonite i svako organiziranje takvog događaja je drastično kažnjivo. Ono što borbe pijetlova znače za stanovnike Balijske jest to da predstavljaju klasne borbe, ego, stav, identitet i politiku, a same aktivnosti borbe pijetlova su obogaćene i mogućnošću uplate na konačan ishod. Na Baliju ne postoji spolna diskriminacija, ali se borbe pijetlova smatraju strogo muškom aktivnošću, a svaki životinjski oblik nije dobro došao na Bali jer ih se smatra bićem koje može svojom pojavom naštetiti ljudskom rodu, što nije slučaj za pijetlove.<sup>28</sup>

### 5.2.3. Bostonski maraton

Bostonski maraton, jedan od najpopularnijih u svijetu, prije malo manje od 10 godina obilježen je strašnom tragedijom i bombaškim napadom u kojem su smrtno stradale dvije osobe i na desetke ozlijeđenih. Na taj dan Boston oživi, cijeli grad prati utrku jer sve stane i posveti se utrci koja je simbol Bostona. SAD je zemlja bogata sportom koji znači Amerikancima, počevši od bejzbola, američkog nogometa pa sve do *soccera* koji postaje sve popularniji zbog domaćinstva SAD-a na idućem Svjetskom prvenstvu u nogometu. No, za građane Bostona ova utrka ima posebnu važnost i svrhu. Na taj dan škole i fakulteti su zatvoreni, poduzeća ranije završavaju s radnim danom, ako na taj dan uopće i rade, a sve u svrhu praćenja i uživanja u najvećoj utrci na svijetu. Upravo iz tog razloga građani Bostona nerijetko izjavljuju da se taj bombaški napad dogodio na najgori mogući dan u godini. Isto tako, građani Bostona ističu kako ljudi preplave gradske ulice ako sportski uspjeh zabilježe bejzbolaši Boston Red Soxa, na Dan zahvalnosti te na Bostonskom maratonu. Isto tako, ovaj dan popraćen je i onim opuštajućim dijelom koji zadaje mnogo posla organima reda u

---

<sup>27</sup> Izvor podataka: <https://www.britannica.com/sports/bullfighting/Bullfighting-and-the-arts>, 2022, preuzeto 29.05.2023.).

<sup>28</sup> Izvor podataka: <https://www.glasstudenta.com/post/borba-pijetlova-na-baliju>, 2021, preuzeto 29.05.2023.).

Bostonu pa je tako ovaj dan proglašen i najrizičnijim danom za Boston po pitanju građana u alkoholiziranom stanju.<sup>29</sup>

#### 5.2.4. Golf

Golf je sport koji je oduvijek bio klasno podijeljen odnosno, nije bio dostupan svakom društvenom redu. Samo najbogatiji i pripadnici najgornjeg reda društvene piramide imali su priliku baviti se golfom. Tako je i danas, možda i izražajnije, barem u profesionalnim vodama, ali golf u današnje vrijeme postaje i turistička atrakcija. Riječ golf potječe iz riječi koja je imala značenje „palice“, a smatralo se da je golf bio akronim za „gentlemen only ladies forbidden“ što bi značilo da je ženama bilo zabranjeno bavljenje tim sportom te da je golf muški sport u kojemu nema mjesta ženama. Naravno, to je bila izmišljotina zbog koje su se postojale mnoge polemike, ali ustanovljeno je da akronim riječi nikada nije imao takvo značenje. Iz tog se razloga ovaj primjer našao u ovom diplomskom radu jer je još jedan primjer prisutnosti spolne diskriminacije ili u ovom slučaju pokušaja diskriminacije. Zanimljivost koja se veže za ovaj sport je ta da se prvi put ime sporta spominje u Škotskom gradu, a s ciljem promocije streličarstva i zabrane ili smanjenja bavljenja golfom.<sup>30</sup>

#### 5.2.5. Haka

Novi Zeland nije sportski popularna zemlja, ali ipak u nekim sportovima ostavljaju sportski trag pa svakako ne treba izostaviti zapaženu ulogu njihove ragbi reprezentacije i ples haka koji se izvodi prilikom početka svake utakmice. Povijesni razvoj hake seže u same početke naseljavanja Novog Zelanda što dovoljno govori o tome koliki značaj za tu zemlju ima ovo kulturno dobro. Kada su se Maori počeli naseljavati na području današnjeg Novog Zelanda željeli su biti onakvi kakvi zaista i jesu, jednostavni, religiozni i ponosni na svoja dostignuća. Voljeli su tetovaže, ali ne ovakve kakve se danas poznaju nego su iziskivale više boli jer se koža rezala i zatim bojala posebnim pigmentima, a glava je smatrana glavnim dijelom tijela. Upravo su oni doveli haku do danas prepoznatljivog plesa kojeg izvode svjetski popularni „All Blacksi“, ragbi reprezentacija Novog Zelanda. Haka je zapravo ratni ples koji je izvođen tijekom njihovih ratova, a ragbi reprezentacija izvodi ga prije početka utakmice. Izvodi se na originalan način u obliku plesa što bi za običnog laika moglo značiti agresivno izvođenje plesa s puno buke i lupanja, ali upravo takav ples prikazuje njihovu povijest, ponos i

---

<sup>29</sup> Izvor podataka: <https://theweek.com/articles/465525/what-boston-marathon-means-bostonian>, 2015, preuzeto 15.06.2023).

<sup>30</sup> Izvor podataka: <https://www.scottishgolfhistory.org/origin-of-golf-terms/golf/>, 2023, preuzeto 23.06.2023.).

jedinstvenost. Osim što se moraju pripremati za utakmice koje im slijede, moraju voditi računa i da se haka izvede na pravi način te kao takva i ona zahtijeva jedan dio treninga.<sup>31</sup>

#### 5.2.6. Nogometna liberalnost

U Engleskoj se liberalnost promiče kroz sport, konkretno u nogometu. Daje se podrška pripadnicima LGBT zajednici kroz nošenje kapetanskih traka i reklama koje su obilježene bojama prikladnim LGBT zajednici. Takav način liberalizacije nailazi na mnoge polemike i različita mišljenja no, malo drugačiji način liberalizacije naišao je na veliki broj pohvala. Već je praksa u Engleskoj da za vrijeme ramazana i odigravanja večernjih utakmica u sam zalazak sunca, muslimanski igrači prekinu ramazanski post. No i ovakve geste su naišle na različita mišljenja gledatelja, ali i državnih vrhova raznih zemalja. Isti primjer zaustavljanja utakmice dogodio se u njemačkoj Bundesligi na utakmici između Augsburga i Mainza. To je prvi put u bundesligaškoj povijesti da je utakmica zaustavljena iz tog razloga jer je igraču za prekid ramazanskog posta dozvoljeno popiti vodu. Nakon takve geste oglasio se Njemački nogometni savez koji je istaknuo da nema striktnih pravila za takvo zaustavljanje igre, ali da se ovakve geste podržavaju te da neće nikome naštetiti.<sup>32</sup>

No, u Francuskoj takav je slučaj striktno zabranjen od strane saveza koji ne dopušta zaustavljanje igre i omogućavanja prekida ramazanskog posta jer u statutu Francuske nogometne lige nije dozvoljeno zaustavljanje igre na taj način.<sup>33</sup>

#### 5.2.7. Sport u Indiji

Indija, kao najmnogoljudnija zemlja svijeta, zasigurno je puna primjera kulture i običaja koje njeguje pa se tako i u sportu pronašao poneki zanimljivi primjer koji predstavlja njihovu kulturu koju su reflektirali i na sport.

Prvi primjer vezan je mitom za kojega se vjerovalo da je istinit dok se kao i svi ostali mitovi nije razbio. Naime, na prvom kvalificiranju Indije na svjetskoj smotri u nogometu 1950. godine u Brazilu, nogometaši Indije nisu se pojavili, a glavni razlog nedolaska je taj da im nije dopušteno igranje bez kopački odnosno, bosih nogu. Taj razlog je zapravo mit koji je razbijen, a glavni razlog otkrio je tadašnji kapetan nogometne reprezentacije Indije. Glavni

---

<sup>31</sup> Izvor podataka: <https://www.newzealand.com/int/feature/haka/>, 2020, preuzeto 16.06.2023.).

<sup>32</sup> Izvor podataka: <https://www.news18.com/news/football/first-time-in-bundesliga-referee-stops-football-match-to-allow-muslim-player-to-break-his-ramadan-fast-4993081.html>, 2022, preuzeto 17.06.2023).

<sup>33</sup> Izvor podataka: <https://www.arabnews.com/node/2279156/football>, 2023, preuzeto 18.07.2023.).

razlog je bio da nogometni savez nije imao ambicije otići na svjetsku smotru jer im to natjecanje nije bilo toliko zanimljivo i važno kao Olimpijske igre. To kvalificiranje Indije na Svjetsko prvenstvo je bilo prvo i posljednje, a nakon svih događanja glavna svjetska nogometna organizacija i Indija zahladili su odnose te su se Indijci iz tog razloga okrenuli nekim drugim sportovima kao npr. kriketu.<sup>34</sup>

Nakon svih tih događanja i odabir kriketa kao sporta kojeg će u velikoj mjeri njegovati, na kriket u Indiji se gleda s posebnog gledišta. Zaludenost i zanimanje za kriket u Indiji pokrijepiti će činjenica da im taj sport ima istu važnost kao i vjera. Isto tako smatraju da je prognoziranje ishoda utakmice u okviru klađenja popratna aktivnost kod praćenja ovog sporta te da se prognozom istog povećava popularizacija tog sporta. Razumljivo je odakle tolika strast prema kriketu jer ga smatraju dijelom vlastite kulture bez obzira na to što se bilježi rapidan porast popularnosti nogometa, ali kriket je prvi i najzastupljeniji sport u Indiji. Smatraju da je ovo sport kod kojega se budi nacionalni ponos jer su u ovom sportu ostvareni iznimni rekordi od kojih neki nisu srušeni do danas, a Indijci smatraju da gledanje ovog sporta ne pokreće mržnju nego zdravi rivalitet.<sup>35</sup>

Kriket je zastupljen i malom broju zemalja, a najviše u Indiji, ali je zato veliki broj Indijaca koji naseljavaju svaki kutak svijeta. Za njih kriket predstavlja kulturno dobro i nešto s čime su odrastali, a situacija zbog koje su migrirali natjerala ih je da napuste vlastite domove, ali i sport uz kojeg uživaju i grade svoj kulturni identitet. Zato su Ludbreg i njegove gradske vlasti, odlučile izgraditi igralište za doseljenike iz Indije te na taj način Indijcima, ali i svim zainteresiranim za taj sport priuštiti dašak Indije. Indijcima sigurno puno znači izgradnja takvog terena jer nakon posla svoje slobodno vrijeme uglavnom provode igrajući kriket, a takav teren sigurno će im obogatiti aktivnost u danu. Ovakvi primjeri su za pohvalu, dokazuju kulturnu inteligenciju gradskih vlasti koji svojom empatijom žele svojim stanovnicima pružiti što kvalitetniji život i osjećaj pripadnosti, ali i pokazati dobrodošlicu.<sup>36</sup>

---

<sup>34</sup> Izvor podataka: <https://danas.hr/sport/nogomet/indijci-odbili-igrati-na-sp-zbog-kopacki-ceka-opremu-83e45424-4a27-11ed-91b5-eef015a1a4da>, 2022, preuzeto 24.06.2023.).

<sup>35</sup> Izvor podataka: <https://www.nagpurtoday.in/what-does-cricket-mean-for-peoples-in-india/03150913>, 2022, preuzeto 25.06.2023.).

<sup>36</sup> Izvor podataka: <https://danas.hr/rtl-direkt/indijci-iz-ludbrega-su-nas-naucili-igrati-kriket-uskoro-ce-dobiti-i-svoj-teren-ec6ee2f0-deee-11ed-b9d5-a68cba6c07c7>, 2023, preuzeto 26.06.2023.).



#### 5.2.8. Sumo hrvanje

Sumo hrvanje u Japanu ima vjersku podlogu, ali i kulturni značaj za japansko stanovništvo. Svaki sumo borac je počašćen što može biti sumo borac, a svojim borbama u budućnosti prezentirati vlastitu zemlju. Ovakav način aktivnosti je proizašao kako bi japanski bogovi imali zabavu, a rezultat je tisućljetnih provincijskih borbi. Žene ne mogu postati sumo borkinje jer se u povijesti vjerovalo, a izgleda da je ostalo tako, da ako žena uđe u ring, ring zahtijeva čišćenje. Zanimljivo, sumo hrvačima je zabranjena vožnja automobila, a dnevni unos kalorija im je preko 20 000. Sucima je dopušteno tijekom suđenja sumo meča nositi nož kako bi proveli seppuku ako pogriješe s odlukom, a seppuka predstavlja samoubojstvo. Malo je komada odjeće i opreme koju sumo hrvači tijekom borbe nose, ali zato svaki od njih ima određeno značenje. Otvorene noge i gaze tjeraju demone koji su u blizini ringa, a isto tako koriste i sol na ulazima u zgrade zbog istog razloga. Prilikom ulaska u ring nose pregače, a dizanjem istih prije početka dokazuju da u borbi neće koristiti oružje.<sup>37</sup>

#### 5.2.9. Tour de France

Značaj biciklističke utrke Tour de France za Francusku je ogroman. Prolazeći biciklom kroz 16 regija Francuske, organizatori nastoje gledateljima približiti francuski zavičaj i povijest istih, ali i vozačima kojima je čast biti dio ove kultne utrke. Sama utrka ima zadaću spojiti sve autohtone kulture i obilježja vožnjom kroz sela koja svako na svoj način piše povijest Francuske. U povijesti, svaka od 16 regija kroz koje prolazi utrka, bila je jedinstvena i djelovala je kao zasebna država uređena zakonima i vlastitim jezikom. Danas su sve te posebnosti regija jedinstvene, ali se utrkom nastoji njegovati prošlost i pokušati dočarati kako je nekad živjelo francusko stanovništvo što ujedno predstavlja i dublje značenje utrke.<sup>38</sup>

#### 5.2.10. Povezanost kulture i sporta s interkulturalnom komunikacijom

Različite sportske kulture i odnosi prema nacionalnim kulturama dovode do interkulturalne komunikacije i stvaranja dijaloga. Tijekom komunikacije s drugim kulturama sugovornici mogu doživjeti kulturni šok ili svojim neznanjem o drugim kulturama prouzročiti neugodnu situaciju iz koje može proizaći konflikt. U takvim situacijama, pojedinac se mora znati prilagoditi situaciji i anulirati pogrešno shvaćanje, razumijevanje i prihvaćanje različite kulture. U današnje vrijeme sve je veći naglasak liberalnog pogleda na različitost kultura i načina na koji će se odvijati interkulturalna komunikacija različitih kultura što znači da je

---

<sup>37</sup> Izvor podataka: <https://mai-ko.com/travel/culture-in-japan/sumo/sumo-2/>, 2020, preuzeto 20.06.2023.).

<sup>38</sup> Izvor podataka: <https://chpt3.com/en-eu/blogs/podcasts/the-cultural-tour-de-france>, 2021, preuzeto 21.06.2023.).

veliki naglasak na prihvaćanju i shvaćanju kultura koje imaju različite karakteristike što uvelike olakšava interkulturalnu komunikaciju. Mnoge države koriste sport kao sredstvo pomoću kojeg se izražavaju i prikazuju ga u kontekstu nacionalnog i kulturnog identiteta. Međutim, u provedbi liberalnosti postoje i mnoga otvorena pitanja koja, s druge strane, otvaraju raspravu i moguće polemike. Veliki naglasak pridaje se kulturi pojedinca što može prouzročiti i negativne efekte koji će utjecati na stvaranje stava pojedinca da njeguje samo svoju kulturu i bude privržen istoj bez imalo fleksibilnosti i tolerancije prema drugim kulturama. Takav primjer viđen je u francuskom obrazovnom sustavu gdje se na primjeru plivanja povlači pitanje treba li mijenjati obrazovni sustav zbog nečije kulture ili se taj netko treba prilagoditi dominantnoj kulturi. S druge strane, u Norveškoj su muslimanke bile u podređenom sportskom položaju, a nakon mnogo razgovora postale uključene u sportske aktivnosti u mnogo gradova (Gasparini, Cometti, 2010).

Kultura određenog područja uvelike određuje sport i način na koji će se pojedinac baviti sportom pa se u tom kontekstu javljaju i kulturne različitosti. Isto tako, način komunikacije između kultura ali i između pojedinaca ovisit će o kulturi. Stoga se smatra da je interkulturalna komunikacija uspješna ovisno o sposobnosti, pogledu, stavu i normama pojedinca da prihvati različitu kulturu.<sup>39</sup>

Razna istraživanja pokazala su da je kinesko stanovništvo u interkulturalnom komuniciranju visoko kontekstualno, ali ih japansko stanovništvo postavlja u nisko kontekstualne govornike. Takav zaključak je donesen na temelju rezultata koji govore da japansko i kinesko stanovništvo, za koje se smatra da su visoko kontekstualni govornici, prilikom komunikacije unutar vlastite zemlje mijenjaju kontekst s visokog na niski, a takve rezultate smatraju pozitivnim jer se smatra da imaju veliku sposobnost prilagođavanja drugim kulturama i kontekstima prilikom interkulturalne komunikacije.<sup>40</sup>

Japan bilježi veliki broj turista i svakodnevno se suočava s novom inozemnom radnom snagom a kao takav mora se više uključiti u komunikaciju i razumijevanje drugih kultura. Važnost interkulturalne komunikacije uočilo je i japansko Ministarstvo obrazovanja koje je kreiralo obrazovne modele na engleskom jeziku po kojima će se, još od školskih dana, japansko stanovništvo učiti interkulturalnom komuniciranju te prihvaćanju različitih kultura.

---

<sup>39</sup> Izvor podataka: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1441352399700926>, 2008, preuzeto 13.08.2023.).

<sup>40</sup> Izvor podataka: <https://www.omu.ac.jp/en/info/research-news/entry-29164.html>, 2023, preuzeto 13.08.2023).

Na tom tragu provedena su istraživanja između američkih i japanskih studenata koji studiraju u obje zemlje. Japanski ispitanici su mišljenja da stanovnici SAD-a svoje stavove mogu iznijeti na otvoren način te da su otvoreni po pitanju politike dok Japanci za sebe tvrde da će njihovo izražavanje uvelike odrediti atmosfera u kojoj se odvija komunikacija, pokušat će činjenice i mišljenja upakirati u smislenu cjelinu te im komunikaciju olakšava verbalna komunikacija. Neke od značajki koje prikazuju kontekst kojim se služi pojedinac u komunikaciji s različitim kulturama su individualizam i kolektivizam. SAD se nalazi na samom vrhu individualizma na svijetu, dok se Japan na toj ljestvici nalazi puno niže u odnosu na SAD. Takav poredak potvrđuje da Japan njeguje kolektivizam i dobru atmosferu u kolektivu koju nastoje ostvariti uljepšavanjem situacije ovisno o situaciji, dok kultura u SAD-u nastoji izdvojiti pojedinca pomoću individualnih karakteristika pojedinca (Babbitt, 2023).

## 6. Zaključak

Sport i kultura idu jedno s drugim, a interkulturalna komunikacija kao takva stoji između ta dva pojma te ih povezuje sukladno sposobnostima pojedinca da razumije i prihvaća kulturne razlike.

Kultura se razvijala od samih početaka pojave čovječanstva, a samim time razvijale su se kulturna inteligencija, kulturni šok, pluralizam i kulturni identitet u obliku ljudskih sposobnosti koje omogućuju pojedincima lakše prihvaćanje, razumijevanje i komuniciranje s drugim kulturama u bilo kojim situacijama. Isto tako, počeci bavljenja fizičkom aktivnošću vežu se uz vrijeme pojave čovječanstva, ali ne u obliku sporta kakvog se danas poznaje nego u obliku fizičkih aktivnosti koje su služile za obranu od životinja, ali i pripremanja pojedinaca za razne vojne operacije. U tom periodu su se počeli razvijati i prvi sportovi koji su perjanica današnjim sportovima, a najviše se bavilo atletikom za koju se smatra da je majka sporta. Na taj je način svaki narod/pleme gradilo vlastiti kulturni identitet preko kojega će komunicirati s drugim kulturama, te uspoređujući kulture na temelju percepcije donijeti zaključak i mišljenje o drugoj kulturi. Naravno, takav zaključak o kulturnim različitostima veže se za kulturnu inteligenciju pomoću koje pojedinac ima dovoljno razvijenu sposobnost shvaćanja i prihvaćanja različitosti.

S obzirom na kulturni identitet počele su se stvarati i supkulture koje svoj stav o različitosti nastoje iskazati osnivanjem vlastitih grupa koje će biti različite u odnosu na dominantnu kulturu. Takve grupe najčešće su bile povezane sa stilom oblačenja, vrstom glazbe koju slušaju, a u sportskim dolazi do razvijanja navijačke supkulture koja povezuje grupu ljudi potaknutu zajedničkim interesom za boljitak određenog sportskog kolektiva. U takvim situacijama veliku ulogu treba odigrati i interkulturalna komunikacija, bilo da se radi o turističkim, poslovnim ili sportskim razmjenama kulture. Ona ima veliki utjecaj na percepciju i širenje kulture putem međusobnog kontakta jer u ovisnosti s kulturnom inteligencijom gradi mehanizme u kojima će pojedinac, s obzirom na vlastito iskustvo međunarodnih kontakata, znati prihvatiti i ponašati se u skladu s kulturnom razlikom pojedinca s kojim je stupio u kontakt.

Počeci sporta najviše se vežu za grčko i rimsko carstvo upravo iz razloga jer su oba carstva bila velike vojne sile koje su nastojale snažnim vojnicima osvojiti svaki njima važan dio. Od tjelovježbe pa sve do pripremanja vojske fizičkim aktivnostima, sport se razvijao u tom smjeru i uvelike se nadograđivao za razliku od sporta i fizičkih aktivnosti koje su se tada

izvodile. Razvijao se sukladno području na kojemu je određeno stanovništvo obitavalo i tako stvaralo kulturni identitet zemlje, ali se razvijao i sukladno domaćoj dominantnoj kulturi.

Stalnim korištenjem vojnih vježbi i tjelovježbi došla je i želja za oblikovanjem određenih sportova, ali i oblikovanja natjecanja na kojima će se pojedinci moći istaknuti te predstavljati podneblje iz kojega dolaze. Najkonkretniji primjer za takvo natjecanje su Olimpijske igre koje su, uz Svjetska prvenstva, zasigurno događaj koji okuplja najviše sportaša, a samim time i najveći broj različitih kultura. Mnogo je politiziranja prošlo kroz sva ta globalna natjecanja, ali kako se svijet razvijao i ostavio dva svjetska rata iza sebe, ljudi su postajali liberalniji i svjesniji situacije koja je proizašla upravo zbog male razine kulturne inteligencije i interkulturalne komunikacije. Sve to danas utječe na sport pa je sport postao biznis, a ne ona aktivnost zbog koje su se mnogi pojedinci i počeli baviti njime. U današnje vrijeme potrebna je visoka razina interkulturalne komunikacije i inteligencije jer je sportsko tržište već dugi niz godina slobodno i u bilo kojem trenutku se bilo koji sportaš može transferirati iz jednog sportskog kolektiva u drugi, a isti ti sportaši su u takvim situacijama izaslanici vlastite kulture. To, naime, uvelike utječe na kulturni ali i sportski identitet određenog sportskog kolektiva jer dolaskom velikog broja sportaša iz svih krajeva svijeta može se narušiti identitet kolektiva te se kohezija može izgubiti. Stoga, u današnje vrijeme je potrebno prilagoditi takve događaje svim sudionicima kako bi se sačuvala kohezija, ali i identitet svakog kolektiva koji sudjeluje na nekom od sportskih događaja.

Svaka država koja sudjeluje na tržištu i posluje izvan vlastitih granica, mora biti pripremljena i spremna prihvatiti tuđe kulture, ali i proučiti tuđe protokole, pravila i obrasce ponašanja kako bi bilo koji poslovni sastanak prošao neometano i doveo do zajedničkog zadovoljenja potreba. U poslovnom svijetu važno je poznavati običaje druge strane jer je svaka država po tom pitanju jedinstvena. Svaka država ima vlastitu kulturu, ali i poslovna kultura je vezana za dominantnu kulturu područja te iz tog razloga treba razvijati kulturnu inteligenciju i šok kako ne bi uvrijedili i razočarali drugu stranu.

## Literatura

Ajhenberger, A. (2020). *Supkulture i oblikovanje identiteta (sedamdesete i osamdesete godine 20. stoljeća*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu u Osijeku. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://zir.nsk.hr/islandora/object/aukos%3A463/datastream/PDF/view> [pristupljeno: 22.05.2023.]

Alandžak, R. (2019). *Navijačka supkultura u Hrvatskoj – od relativne margine do aktera civilnog društva*. Zadar: Sveučilište u Zadru, Odjel za sociologiju. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://repozitorij.unizd.hr/islandora/object/unizd%3A3613/datastream/PDF/view> [pristupljeno: 23.05.2023.]

arabnews.com (2023). *French referees told not to pause matches during Ramadan*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://www.arabnews.com/node/2279156/football> [pristupljeno: 18.07.2023.]

asialinkbusiness.com.au (2021). *Indonesian Business Etiquette*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://asialinkbusiness.com.au/indonesia/conducting-business-in-indonesia/business-etiquette-in-indonesia?doNothing=1> [pristupljeno: 18.08.2023.]

asialinkbusiness.com.au (2021). *Japanese business culture and etiquette*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://asialinkbusiness.com.au/japan/conducting-business-in-japan/japanese-business-culture-and-etiquette?doNothing=1> [pristupljeno: 17.08.2023.]

Babbitt, D.G. (2023). *Intercultural communication and sport coaching in high-context (Japan) and lowcontext (United States): A narrative literature review*. Vol. 17 No. 1 (51-70)

Bedeković, V. (2010). *Interkulturalni aspekti menadžmenta*. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici

Bedeković, V., Lukačević, V. (2011). *Kultura društva kao osnova oblikovanja organizacijske kulture u kontekstu suvremenih menadžerskih procesa*. Virovitica: Visoka škola za menadžment u turizmu i informatici u Virovitici

Benjak, M., Požgaj Hadži, V. (2005). *Bez predrasuda i stereotipa*. Rijeka: Izdavački centar Rijeka

Bilić, N. (2022). Edukacija Rekreacija Sport. *Tjelesna aktivnost i sport kroz povijest umjetnosti: prastari i stari vijek*. Vol. 31 No. 44 (31-35)

Bogeljić, M., Sršen, A. (2014). *Multikulturalizam u Europi danas – novi rascjepi granica identiteta i prava*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Hrvatski studiji Sveučilišta u Zagrebu, Odjel za sociologiju

Bojić, B., Ivaniš, M., Vujić, V. (2012). *Poslovna etika i multikultura*. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija

Božilović, N. (2006). Identitet i značenje stila u potkulturi. *Filozofija i društvo*. Vol. 2 No. 2 (233-250)

bradfordjacobs.com (2020). *Work Culture*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://bradfordjacobs.com/countries/europe/greece/greece-work-culture/> [pristupljeno: 19.08.2023.]

britannica.com (2022). *Bullfighting and the arts*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://www.britannica.com/sports/bullfighting/Bullfighting-and-the-arts> [pristupljeno: 29.05.2023.]

britannica.com (2020). *France*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://www.britannica.com/place/France/The-fine-arts> [pristupljeno: 19.08.2023.]

britannica.com (2023). *Multiculturalism*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://www.britannica.com/topic/multiculturalism> [pristupljeno: 11.08.2023.]

businessculture.org (2023). *Business etiquette*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://businessculture.org/southern-europe/business-culture-in-italy/business-etiquette-in-italy/> [pristupljeno: 18.08.2023.]

Cesarec, L., Kulenović, E. (2006). *Kultura i jednakost: egalitarna kritika multikulturalizma*. Zagreb: Naklada Jesenski i Turk. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://hrcak.srce.hr/file/19058> [pristupljeno: 25.05.2023.]

chpt3.com (2021). *The Cultural Tour de France*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://chpt3.com/en-eu/blogs/podcasts/the-cultural-tour-de-france> [pristupljeno: 21.06.2023.]

coe.int (2023). *Culture and Sport*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://www.coe.int/en/web/compass/culture-and-sport> [pristupljeno: 12.08.2023.]

culturalatlas.sbs.com.au (2020). *Business Culture*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://culturalatlas.sbs.com.au/israeli-culture/israeli-culture-business-culture> [pristupljeno: 17.08.2023.]

culturalatlas.com.au (2017). *Business Culture*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://culturalatlas.sbs.com.au/italian-culture/italian-culture-family> [pristupljeno: 18.08.2023.]

culturalatlas.sbs.com.au (2017). *Business Culture*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://culturalatlas.sbs.com.au/russian-culture/russian-culture-business-culture> [pristupljeno: 16.08.2023.]

Cvjetičanin, B. (2014). *Kultura u doba mreža*. Zagreb: Hrvatska sveučilišna naklada d.o.o.

danas.hr (2023). *Indijci iz Ludbrega su nas naučili igrati kriket. Uskoro će dobiti i svoj teren*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://danas.hr/rtl-direkt/indijci-iz-ludbrega-su-nas-naucili-igrati-kriket-uskoro-ce-dobiti-i-svoj-teren-ec6ee2f0-deee-11ed-b9d5-a68cba6c07c7> [pristupljeno: 26.06.2023.]

danas.hr (2022). *Sigurno znate da su Indijci propustili SP jer im nije dopušteno igrati bosima: Riječ je o mitu, razbijen je*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://danas.hr/sport/nogomet/indijci-odbili-igrati-na-sp-zbog-kopacki-ceka-opremu-83e45424-4a27-11ed-91b5-eef015a1a4da> [pristupljeno: 24.06.2023.]

Drandić, D., Matošević, A., Piršl, E. (2021). *Cultural Intelligence: Key Intelligence of the 21<sup>st</sup> Century? Validation of CQS Instrument*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Fakultet humanističkih znanosti u Puli [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://hrcak.srce.hr/file/408085> [pristupljeno: 25.05.2023.]

Dušanić, S. (2013). *Karakteristike fudbalskih navijača*. Banjaluka: NVVO Perpetuum mobile – Centar za razvoj mladih i zajednice Banjaluka

ehlion.com (2021). *What is intercultural communication?*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://ehlion.com/magazine/intercultural-communication/> [pristupljeno: 12.08.2023.]



expatrio.com (2023). *German Business Culture*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://www.expatrio.com/working-germany/german-business-culture> [pristupljeno: 16.08.2023.]

Farena, K. (2016). *Interkulturalizam kroz komunikaciju u konfliktnim i asimetričnim odnosima*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za interdisciplinarne, talijanske i kulturološke studije

Gasparini, W., Cometti, A. (2010). *Sport facing the test of cultural diversity*. Strasbourg: Council of Europe [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://rm.coe.int/sport-facing-the-test-of-cultural-diversity-integration-and-intercultu/1680734be5> [pristupljeno: 13.08.2023.]

glasstudenta.com (2021). *Borba pijetlova na Baliu*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://www.glasstudenta.com/post/borba-pijetlova-na-baliu> [pristupljeno: 29.05.2023]

globalsportmatters.com (2019). *South Africa's sports lack progress in the post apartheid era*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://globalsportmatters.com/culture/2019/04/16/south-africas-sports-lack-progress-in-the-post-apartheid-era/> [pristupljeno: 29.05.2023]

gol.dnevnik.hr (2016). *Povijest Olimpijskih igara: Otkud uopće ideja, krugovi, moto...* [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: [https://gol.dnevnik.hr/clanak/ostali\\_sportovi/povijest-olimpijskih-igara-sve-mozemo-zahvaliti-ratu.html](https://gol.dnevnik.hr/clanak/ostali_sportovi/povijest-olimpijskih-igara-sve-mozemo-zahvaliti-ratu.html) [pristupljeno: 27.05.2023.]

Grupe, O. (1994). Sport and culture – The culture of sport. *International Journal of Physical Education*. Vol. 31 No. 2 (15-26)

Huić, A. (2019). *Odjeci Vijetnamskog rata u američkoj javnosti*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet u Osijeku. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://repozitorij.ffos.hr/islandora/object/ffos:4756/datastream/PDF/view> [pristupljeno: 22.05.2023.]

Huxley, A. (1980). *Moksha, Culture and the Individual*. London: Chatto and Windus. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://hrcak.srce.hr/file/92440> [pristupljeno: 21.05.2023.]

Juratovac, M. (2015). *Religijske i duhovne dimenzije plesa u starom Egiptu*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <http://darhiv.ffzg.unizg.hr/id/eprint/9800/1/Diplomski-rad-Religijske-i-duhovne-dimenzije-plesa-u-starom-Egiptu%20-1-.pdf> [pristupljeno: 26.05.2023.]

Jurjević, J. (1982). Obnovljeni život: časopis za filozofiju i religijske znanosti. *Sport i kultura*. Vol. 37 No. 4 (371-375)

Kukoč, M. (2006). *Filozofija i kulturni pluralizam u doba globalizacije*. Split: Institut društvenih znanosti „Ivo Pilar“ [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://hrcak.srce.hr/file/7514> [pristupljeno: 25.05.2023.]

Magnusson, K. (1989). *Kulturni jezik i identitet: Mladi Jugoslavije u Švedskoj*. Uppsala [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://hrcak.srce.hr/file/189141> [pristupljeno: 24.05.2023.]

mai-ko.com (2020). *Sumo Wrestling in Japan Facts, Meaning, Culture*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://mai-ko.com/travel/culture-in-japan/sumo/sumo-2/> [pristupljeno: 20.06.2023.]

Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta (2014). *Joga kao sportska djelatnost*. Zagreb: Ministarstvo znanosti, obrazovanja i sporta

Muller, J. (2001). *Upravljanje informacijskom tehnologijom u suvremenim tvrtkama te hrvatska poslovna praksa korištenja informacijskih tehnologija*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet u Zagrebu

Musa, I. (2009). *Kulturni identitet i globalizacijski procesi*. Mostar: Filozofski fakultet u Mostaru. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://hrcak.srce.hr/file/334333> [pristupljeno: 20.05.2023.]

Mustapić, M., Perasović, B. (2020). *Ultrasi između stigme i društvenog aktivizma*. Zagreb: Institut društvenih znanosti Ivo Pilar [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://hrcak.srce.hr/file/376256> [pristupljeno: 23.05.2023.]

nagpurtoday.in (2022). *What does cricket mean for people in India*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://www.nagpurtoday.in/what-does-cricket-mean-for-peoples-in-india/03150913> [pristupljeno: 25.06.2023.]

Nedić, T., Škerbić, M. M. (2020). *Definiranje sporta u hrvatskim i međunarodnim pravnim aktima: na sjecištu prava i filozofije*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Akademija za umjetnost i kulturu. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Fakultet hrvatskih studija. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://hrcak.srce.hr/file/376260> [pristupljeno: 26.05.2023.]

news18.com (2022). *First Time in Bundesliga! Referee Stops Football Match to Allow Muslim Player to Break his Ramadan Fast*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://www.news18.com/news/football/first-time-in-bundesliga-referee-stops-football-match-to-allow-muslim-player-to-break-his-ramadan-fast-4993081.html> [pristupljeno: 17.06.2023.]

newzealand.com (2020). *The haka*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://www.newzealand.com/int/feature/haka/> [pristupljeno: 16.06.2023.]

ofrench.com (2023). *What is the appropriate Business Dress Code in France?*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://ofrench.com/business-france/business-dress-code/> [pristupljeno: 19.08.2023.]

open.lib.umn.edu (2016). *The Elements of Culture*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://open.lib.umn.edu/sociology/chapter/3-2-the-elements-of-culture/> [pristupljeno: 11.08.2023.]

Osaka Metropolitan University (2023). *Code-switching in intercultural communication: Japanese vs Chinese point of view*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://www.omu.ac.jp/en/info/research-news/entry-29164.html> [pristupljeno: 14.08.2023.]

Pavlović, T. (2022). *Edukacija i rekreacija sporta. Povijest sporta u antičkom Rimu*. Vol. 31 No. 44 (24-30)

Perasović, B. (2002). *Sociologija subkultura i hrvatski kontekst. Društvena istraživanja: časopis za opća društvena pitanja*. Vol. 11 No. 2-3 (58-59)

Piršl, E. (2013). *Interkulturalna kompetencija i/ili kulturna inteligencija*. Pula: Sveučilište Jurja Dobrile u Puli, Odjel za studij na talijanskom jeziku

Polić, M. (2005). *Odgoj i pluralizam*. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Učiteljska akademija. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://hrcak.srce.hr/file/7520> [pristupljeno: 25.05.2023.]

Radan, Ž. (1981). *Pregled historije tjelesnog vježbanja i sporta*. Zagreb: Školska knjiga

rightforeducation.org (2019). *Why are sports so important to our culture?*. [Online] Sterling, VA Kogan Page. Available from: <https://rightforeducation.org/2019/04/02/sports-so-important-to-our-culture/> [pristupljeno: 12.08.2023.]

Rodek, J. (2018). *Sport i medij*. Split: Sveučilište u Splitu, Kineziološki fakultet. [Online] Sterling, VA Kogan Page. Available from: <https://hrcak.srce.hr/file/312482> [pristupljeno: 26.05.2023.]

Samovar, L. A., Porter, R. E., McDaniel, E. R. (2013). *Komunikacija između kultura*. Jastrebarsko: Naklada Slap

sciencedirect.com (2008). *Culture, Ethnicity, and Sport Management: A New Zealand Perspective*. [Online] Sterling, VA Kogan Page. Available from: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1441352399700926> [pristupljeno: 13.08.2023.]

phdessay.com (2023). *Hospitality Tips for Arab Guests*. [Online] Sterling, VA Kogan Page. Available from: <https://phdessay.com/hospitality-tips-for-arab-guests/> [pristupljeno: 20.08.2023.]

scottishgolfhistory.org (2023). *Golf – Meaning of World Golf*. [Online] Sterling, VA Kogan Page. Available from: <https://www.scottishgolfhistory.org/origin-of-golf-terms/golf/> [pristupljeno: 23.06.2023.]

Selhanović, D. (2007). MediAnali. *Međunarodni znanstveni časopis za pitanja medija, novinarstva, masovnog komuniciranja i odnosa s javnostima*. Vol. 1 No. 1 (95-102)

Skoko, B., Vukasović, I. (2008). Organiziranje međunarodnih sportskih događaja kao promotivni i ekonomski alat države. *Tržište*. Vol. 20 No. 2 (211-230)

socialexpat.net (2023). *Mastering Business Etiquette in Indonesia: A Guide for Professionals*. [Online] Sterling, VA Kogan Page. Available from: <https://www.socialexpat.net/mastering-business-etiquette-in-indonesia-a-guide-for-professionals/> [pristupljeno: 19.08.2023.]

sociology.iresearchnet.com (2022). *Sport and Culture*. [Online] Sterling, VA Kogan Page. Available from: <https://sociology.iresearchnet.com/sociology-of-sport/sport-and-culture/> [pristupljeno: 12.08.2023.]

Staničić, M. (2000). *Globalno gospodarstvo i globalizacija*. Zagreb: Institut za međunarodne odnose

Stuburić, V. (2021). *Važnost kulture u poslovnom okruženju*. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku

Tadić, V. (2016). *Izazovi interkulturalizma i multikulturalizma*. Rijeka: Sveučilište u Rijeci, Filozofski fakultet u Rijeci

talkinarabic.com (2022). *Arabic Culture, Traditions And Customs*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://talkinarabic.com/arabic-traditions-culture-customs/> [pristupljeno: 20.08.2023.]

theweek.com (2015). *What the Boston Marathon means to a Bostonian*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://theweek.com/articles/465525/what-boston-marathon-means-bostonian> [pristupljeno: 15.06.2023.]

universitas-portal.hr (2022). *Usljed dinamike kulturnoga razvoja čini se nužnom zasebna znanost o kulturi, odnosno kulturologija*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://www.universitas-portal.hr/uslijed-dinamike-kulturnoga-razvoja-cini-se-nuznom-zasebna-znanost-o-kulturi-odnosno-kulturologija/> [pristupljeno: 10.08.2023.]

zamzam.com (2022). *What To Wear In Saudi Arabia? Dress Code And Rules For Male And Female Tourists*. [Online] Sterling. VA Kogan Page. Available from: <https://zamzam.com/blog/what-to-wear-in-saudi-arabia/> [pristupljeno: 20.08.2023.]