

uzroke apsentizma, počev od zdravstvenog stanja radnika, preko društvenih, ekonomskih, kulturnih, organizacionih i drugih faktora koji u manjoj ili većoj mjeri mogu usloviti ovu pojavu. Fluktuacija, „nestabilnost kadrova preduzeća koja se ispoljava u visokom nivou napuštanja preduzeća uposlenih radnika i upošljavanja, na mjesto njih, novih radnika“ (str. 202), takođe je uslovljena različitim faktorima, među kojima se posebno izdvajaju dimenzije: interesantnost posla, sistem nagradivanja, međuljudski odnosi, perspektive preduzeća i lične perspektive radnika, efikasnost menadžmenta, društveni i lični standard radnika.

Analizirajući mikrokonflikte, profesor Vukićević ukazuje na razliku između konfliktne situacija i konfliktne akcije. Isticanje ove distinkcije veoma je značajno i to kako iz teorijskog, tako i iz praktičnog aspekta, jer svaka konfliktna situacija ne mora da se pretvori u konfliktnu akciju. Konflikt na radu ne moramo uvijek negativno vrednovati, jer „može dovesti do pozitivnog razrješenja nekih problema koji su prikriveni i tako uticati na ozdravljenje preduzeća“ (str. 207). Postoji veliki broj tipova konfliktata na radu, od kojih izdvajamo latentne i otvorene, kao i racionalne i iracionalne. Kad je riječ o razrješenju konfliktata, dominiraju tri oblika: arbitraža, kompromis i dominacija.

Sociologija preduzeća bila bi nepotpuna ukoliko se ne bi napravio osvrt i na opšti pojam menadžmenta. Obično se pod menadžmentom podrazumijeva upra-

vljanje radnom organizacijom, međutim, taj proces je mnogo kompleksniji i obuhvata: upravljanje, rukovođenje i socijalnu integraciju. Iako ih mnogi posmatraju kao sinonime između upravljanja i rukovođenja, postoje značajne razlike: „upravljanje se odnosi na definisanje generalne politike za određenu oblast, odnosno preduzeće [...], rukovođenje ima administrativnu i izvršnu funkciju“ (str. 228). Jednostavnije rečeno, upravljanje se odnosi na uspostavljanje strategije, a rukovođenje na uspostavljanje taktike u funkcionisanju preduzeća.

Posebnu vrijednost ovog udžbenika predstavljaju pažljivo pripremljene metodološke skice. Suštinu naučnog rada i njen najzahtjevniji dio čini adekvatan spoj teorijske pripreme i, u skladu sa njom, izvedeno empirijsko istraživanje. Upravo ovdje je profesor Vukićević iskoristio svoje ogromno istraživačko iskustvo kako bi omogućio studentima, i svima zainteresovanima, da se što bolje pripreme za naučno-istraživački rad. Tako možemo zaključiti da „Sociologija rada i preduzeća sa metodološkim skicama“ nije značajna samo za one koji se interesuju za fenomen sociologije rada i preduzeća, već i za one kojima je primarno polje interesovanja metodologija socioloških istraživanja.

Knjiga profesora Vukićevića je, po svemu, nova i moderna, i nudi mogućnost usavršavanja kako studentima sociologije, tako i svima onima koji su zainteresovani za teme koje su u njoj obrađene.

**Goran Čeranić**

**Slobodan Vukićević**, *Menadžment slobodnog vremena u turizmu*, CID, Podgorica, 2007.

Složenost društvene stvarnosti u vremenu konstantnih društvenih promjena, tehničkog i naučnog napretka, pokazuje svu neophodnost sociološke inte-

rpretacije svih pojava u društvu. Sve oblasti društvene stvarnosti jednostavno zahtijevaju prisustvo sociološke dimenzije u cilju njihovog potpunog razumijevanja i

objašnjenja. Prepoznavanje značaja i vrijednosti sociološke dimenzije pri tumačenju društvenih pojava često je rezultat opsežnog teorijskog i empirijskog naučnog rada, koje se temelji na odgovarajućem znanju i stečenom iskustvu, ali je prati i određena vrsta vizije, koju posjeduju sami naučnik, i koja je usmjeravala naučni rad i time uticala na vrijednost sociološke interpretacije. Oblast turizma, kao sfere koja dobija sve veće društveno značenje, jeste upravo jedna od oblasti društvene stvarnosti čija kompleksnost proizilazi iz društvenog bića, i u tom smislu traži jedan sveobuhvatan naučni pristup, koji će ukazati na povezanost fenomena turizma sa ostalim društvenim pojavama, njegovo mjesto i ulogu u društvu kao i karakteristike svih njegovih elemenata koji oblikuju sam fenomen turizma.

Posjedujući rijedak sociološki senzibilitet, autor knjige „Menadžment slobodnog vremena u turizmu“, prof. dr Slobodan Vukićević svoju pažnju usredređuje na ključni segment turizma, sferu slobodnog vremena, kao one koja određuje samo biće turizma i menadžment slobodnog vremena, aktivnosti usmjerene na upravljanje ove oblasti života u turizmu. Kroz sedam poglavlja: Centralni pojmovi, Osnovne kategorije menadžmenta, Sociološka osnova menadžmenta slobodnog vremena u turizmu, Operacionalizacija menadžmenta slobodnog vremena u turizmu, Metod menadžmenta slobodnog vremena u turizmu, Radno mjesto: Menadžer slobodnog vremena u turizmu i Multikulturalni menadžment u turizmu – ova knjiga pruža uvid u onaj segment turističke djelatnosti koji na ovim prostorima do sada nije dovoljno razmatran i proučen, tako da predstavlja pionirski rad iz oblasti menadžmenta slobodnog vremena u turizmu, koji će biti od višestruke koristi svima onima koji se već bave turističkom djelatnošću kao i onima koji se kroz proces obrazovanja pripremaju za ovu vrstu djelatnosti. Ono što predstavlja posebnost ove knjige jeste

i način prezentovanja tema i podtema na način koji je izuzetno shvatljiv. Naime, kroz formu tzv. skica, profesor Vukićević daje jasan pregled kategorija, vrsta, poddjela i sl., o kojima raspravlja u tekstu, čime, na jedan veoma razumljiv način, približava čitaocu ponuđenu materiju i tako mu pomaže da shvati mjesto, vrijednost i značaj razmatranih oblasti i lakše ih poveže u jednu smisaonu cjelinu.

Umjesto predgovora, kao veoma interesantan uvod u temu ove, po svemu sudeći, jedinstvene knjige na našim prostorima, posmatrani su fenomeni dosade i dokolice, kao kvalitativno suprotna stanja koja čine sastavni dio slobodnog vremena čovjeka. Dosada je definisana kao „mrtvo vrijeme bitisanja, život bez aktivnog stava i bez kreativnog odnosa prema stvarnosti. To je vrijeme tjeskobe i čame. I što je najgore, to je trajanje bez interesovanja i bez radoznalosti“ (str. 11). Za razliku od dosade, dokolica je vrijeme čovjekovog stvaralačkog ispoljavanja u kojem dolaze do izražaja kreativne sposobnosti individue. I dosada i dokolica, predstavljaju vrijednosti na kojima se temelji turistička aktivnost, planiranje turističke djelatnosti i menadžment slobodnog vremena u turizmu.

Razumijevanje pojma menadžmenta slobodnog vremena u turizmu nije moguće bez poznavanja osnovnih pojmova vezanih za ovu oblast, zato nas autor u svom prvom poglavlju ili dijelu upućuje na značenja pojmova menadžmenta i slobodnog vremena. Prof. Slobodan Vukićević pojam menadžmenta definiše kao „*upravljanje* bilo kojom oblasti društvenog života i rada, organizacijom, preduzećem, državom, subjektom i na kraju sobom“ (str. 31). Suština menadžmenta, prema njemu, sadržana je u složenom društvenom procesu timskog donošenja i sprovođenja odluka koje usmjeravaju djelovanje i razvoj pojedinih oblasti društvenog života i rada ili pojedinih subjekata, odnosno više njih. Osnovne oblasti na koje se menadžment odnosi jesu upravljanje,

rukovođenje i socijalna integracija, koje predstavljaju i najvažnije funkcije menadžmenta preko kojih se ostvaruje politika i razvoj preduzeća i regulišu unutrašnji odnosi.

Prilazeći fenomenu slobodnog vremena, autor naročito ističe sve veću vrijednost i značaj ovog vremena u svakodnevnom životu. Kritikujući apsolutizaciju bilo kojeg elementa društvene sfere života i rada ili bilo koje vrijednosti, pojedinca, grupe ili institucije, on jasno ističe da slobodno vrijeme, jednako kao i rad, učestvuje u građenju socijalne strukture i determiniše socijalnu organizaciju društva i generičku suštinu čovjeka. To onda neminovno znači „da sfere koje su uslovljene iz sfere slobodnog vremena nijesu ništa manje složene i raznovrsne od onih koje su uslovljene radom“ (str. 35). Definišući pojam slobodnog vremena i analizirajući samu pojavu slobodnog vremena, prof. Vukićević uočava važnost spoljnih i unutrašnjih determinanti slobodnog vremena, pri čemu se prve odnose na oslobađanje od umora, osposobljavanje za rad, oslobađanje od dosade, zabavu i razvoj ličnosti, a druge na socijalizaciju u društvu, u radu, preduzeću, grupi u građanskom životu. Menadžment slobodnog vremena treba da vodi računa o objema komponentama, da odgovara na pitanja: šta znači oslobađanje od umora za pojedine kategorije turista, koji su programi adekvatni za njihovo osposobljavanje za rad, na koji način organizovati zabavu da bude funkcionalna kako turističko vrijeme ne bi bilo dosadno.

Teorijska interpretacija slobodnog vremena u ovom radu treba da nas uputi na konkretnu oblast primjene menadžmenta, odnosno na pitanje čime i kako treba da upravljamo. Na osnovu povezanosti između ove dvije oblasti izvodi se cjelina predmeta: menadžment slobodnog vremena u turizmu.

Kada je riječ o slobodnom vremenu, kategorija slobode smatra se presudnom u određivanju ovog dijela vremena. Sloboda se shvata kao: „Ostvarivanje no-

vih ideja, želja, potreba i novih ljudi kao njihovih nosilaca“ (str. 45). Tako definisana, sloboda se već prepoznaje u turizmu. Turizam, kao dio slobodnog vremena, jeste jedan vid ostvarivanja slobode. Naime, promjenom svoje radne, životne i porodične sredine, pojedinac prekoračuje granice prostora u kojem stalno živi i time dolazi u situaciju ostvarivanja individualnih i porodičnih sloboda, makar privremeno. Karakteristika čovjeka jeste da prekoračuje postojeće granice stvarnosti i da kida uzročni niz. To se, zaključuje Vukićević, može uzeti kao ontološki argument da je čovjek u svom biću turista.

Prije određivanja predmeta menadžmenta slobodnog vremena u turizmu, autor pokazuje neophodnim određivanje još nekih bitnih pojmova, problema i relacija. Ko je turista, koji su njegovi motivi, koji su to sve subjekti turizma? Turista se najčešće posmatra kao subjekt turističkih kretanja, čija su putovanja motivisana željom za odmorom, razonodom u fizičkom i psihičkom smislu, zadovoljavanjem kulturnih i duhovnih potreba i drugih vidova razonode. On je primalac kulture u koju ulazi, potrošač turističkih usluga, korisnik određene hrane, rekreativac, ljubitelj prirode, ali i prenosilac svoje kulture. Međutim, subjekti turizma nijesu samo turisti već i svi oni koji se sa njima susreću u smislu zadovoljavanja potreba turista, vlastitih potreba, kulturnog sretanja i uopšte uspostavljanja društvenih odnosa sa turistima. To mogu biti pojedinci, institucije, organizacija i sl. Njihova uloga u turizmu je posrednička i njom se bavi menadžment, koji ima zadatak da upravlja turizmom i njegovim domenima. Ovim problemima bavi se sociologija slobodnog vremena u turizmu, čiji se predmet, prema autoru, sublimira u sljedećem: „turizam kao društveni fenomen i turisti kao društvena bića i njihova grupna ponašanja sa stanovišta planiranja, organizacije i realizacije slobodnog vremena svih subjekata turizma, prije svega turiste“ (str. 82).

U ovom radu Slobodan Vukićević nastoji da istakne sociološku dimenziju turizma, ističući da je turizam u suštini potreba čovjeka, čiji su motivi osnovni pokretač cjelokupne djelatnosti. Primarni motiv turiste, prema njegovom mišljenju, vezan je za slobodno vrijeme, dok svi drugi momenti, kao što je ekonomski, imaju sekundarni značaj. U osnovi turizma jeste kretanje pojedinca, porodica, grupa, što znači da ga možemo posmatrati kao društvenu promjenu *par excellence*. S obzirom na to da se turističko kretanje odvija u različitim društvenim sredinama, prostorima, vremenima, subjektima, u pitanju je jedna od složenijih društvenih promjena. Takođe, pokazuje se važnim značaj društva za turizam koji se ogleda u prenošenju pozitivnih navika i običaja, doprinosu boljem razumijevanju među ljudima, poboljšanju zdravstvene i radne sposobnosti stanovništva, bogatijem porodičnom životu, kulturnom, obrazovnom, zdravstvenom uticaj i sl., kao i u tome što sve institucije društva, njegove norme, bilo pravne, moralne, religijske, običajne, zatim kultura i tradicija – predstavljaju neizbježan okvir u kojem se turizam razvija i djeluje.

Turizam predstavlja kompleksnu aktivnost, u koju je uključen veliki broj subjekata. Rad u ovoj oblasti uključuje sve one aktivnosti koje prate pripremu odlaska, putovanje do mjesta boravka, boravak i povratak turiste u mjesto stalnog boravka. Organizacioni rad u turizmu prepušten je menadžmentu koji obavlja poslove upravljanja i rukovođenja, pri čemu se vodi računa i o funkciji socijalne integracije, bilo spoljnoj ili unutrašnjoj. Programiranje slobodnog vremena u turizmu, upravljanje i rukovođenje, menadžment mora da usklađuje sa strukturom subjekata rada u turizmu. Ovim se opet potvrđuje da je slobodno vrijeme veoma bitna komponenta turističke djelatnosti. Afirmisanje vrijednosti turističkog vremena kao slobodnog vremena kako za pojedinca tako i za društvo, predstavlja

jedan od osnovnih ciljeva menadžmenta slobodnog vremena u turizmu. Turističko putovanje koje pojedinac može ostvariti samo u toku slobodnog vremena utiče na stvaranje nekih fundamentalnih ljudskih vrijednosti, koje se ne mogu ostvariti tokom rada i radnog vremena. Prema tome, podvlači profesor Vukićević, preko turizma postaje jasno da „društveni progres, kao ostvarivanje fundamentalnih ljudskih vrijednosti, nije moguće obezbijediti samo pomoću rada, nego i pomoću slobodnog vremena i posebno ostvarivanja slobodnog vremena u turizmu“ (str. 126).

Turizam zahtijeva određena pravila funkcionisanja, rukovođenja i upravljanja od kojih zavisi njegova uspješnost. Rukovođenje u turizmu traži sposobnost i spremnost da se neprestano i blagovremeno formulišu i donose nove kreativne odluke i obezbijedi njihovo efektivno i efikasno sprovođenje. Upravni odbor svojom politikom treba da uskladi dosta protivrječne interese kulturnih i umjetničkih institucija i umjetnika, na jednoj, i turističkih organizacija, na drugoj strani, kao i da ima sluha ne samo za one programe koji ostvaruju dobit, već i one kojima se razvijaju kulturne potrebe. Uloge su jasne: upravni odbor svojim odlukama daje smjernice za kreiranje strategije i taktike, a o njihovom sprovođenju brine rukovodeći tim organizacije. Odluke upravnog odbora su zakonodavne, a rukovodećeg izvršne prirode. Menadžer slobodnog vremena u turizmu jeste taj koji će na osnovu svog profesionalnog znanja, stručnih analiza i informacija obezbijediti sprovođenje donesenih odluka.

Menadžer slobodnog vremena u turizmu je jedan od članova menadžerskog tima turističke organizacije, u kojem on ima svoje zadatke upravljanja i rukovođenja slobodnim vremenom, a oni su uvijek u direktnoj vezi sa ukupnim upravljanjem i rukovođenjem turističkom organizacijom. Uspješnost ostvarivanja postavljenih zadataka zavisi od ostvarene logičke koordinacije i socijalne integracije

sa svim ostalim organizacionim cjelinama i ukupnom organizacionom strukturom turističke organizacije u cjelini. U menadžmentu slobodnog vremena u turizmu, autor uočava još jedan vrlo važan aspekt turizma, koji treba poštovati u cilju što uspješnijeg funkcionisanja turističke djelatnosti. Istorijski razvoj čovjeka nam govori da se cjelokupni napredak istorije

temelji na razmjeni kulturnih tvorevina među ljudima, odnosno prenošenje kulture jednog naroda na drugo. Multikulturalizam različitih kultura jeste realnost modernog doba, zbog čega se i u turizmu, u okviru multikulturalnog menadžmenta, vodi računa o različitosti, podjednako valorizaciji različitih kultura i poštovanju zasebnih karakteristika manjinskih grupa.

**Nataša Krivokapić**

**Slavka Gvozdrenović, *Metodika nastave sociologije*, Univerzitet Crne Gore i Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Podgorica, 2006.**

Metodika nastave sociologije, koju je izdao Univerzitet Crne Gore i Zavod za udžbenike i nastavna sredstva 2006. godine, predstavlja još jedno u nizu djela prof. dr Slavke Gvozdrenović. Profesorica Gvozdrenović je i u ovaj udžbenik, kao i u svoje prethodne radove, pretočila svoje ogromno znanje i iskustvo koje ima kao nastavnik na Filozofskom fakultetu na predmetu Metodika nastave sociologije, i kao dugogodišnji nadzornik za nastavu sociologije. Pomenuta knjiga predstavlja prvo djelo ove vrste nastalo u Crnoj Gori, i na nju se sa nestrpljenjem jako dugo čekalo. Studenti Studijskog programa za sociologiju tako su dobili nezaobilazno štivo koje će ih na najpotpuniji način uputiti u sve najvažnije aspekte nastave sociologije, a aktivnim nastavnicima će pomoći da unaprijede svoj rad u učionici.

Ovaj udžbenik čine tri međusobno povezane cjeline. U prvom poglavlju obrađena su pitanja smisla i značaja metodike nastave sociologije, uz isticanje osnovnih specifičnosti, kao i njenih mogućnosti i granica. Autor ističe neophodnost tri nivoa metodičkog pristupa i istraživanja u nastavi sociologije: „Prvi se sastoji u osmišljavanju odgovarajućih obrazovnih postupaka koje treba izvoditi iz pojma sadržaja koji se iznosi [...]. Drugi nivo metodičkih istraživanja jeste

onaj na kojem se iz utvrđenih teorijskih polazišta, na osnovu pedagoških, psiholoških i gnoseoloških pretpostavki, oblikuju metodički postupci kojim će se nastava realizovati [...]. Treći nivo metodike sadržan je u projekciji konkretnog izvođenja programskih sadržaja i njihovog potpunog realizovanja [...]“. Nakon toga analizira se sociologija kao nastavni predmet u srednjoj školi, i njen odnos prema drugim predmetima (filozofiji, istoriji, logici, psihologiji). U ovom dijelu knjige ističu se dva moguća i komplementarna pristupa sadržajima sociologije. Riječ je o problemskom i istorijskom načinu, koji predstavljaju okosnicu svakog posebnog metodskog pristupa. Koji će se od ova dva pristupa primijeniti zavisi prevashodno od određene programske cjeline koja se primjenjuje, kao i od načina realizacije datog gradiva. Govoreći o ciljevima vaspitanja i obrazovanja, posebno je bitno to što profesorica Gvozdrenović apostrofira značaj vrijednosnog opredjeljenja samog društva. Upravo to vrijednosno utemeljenje treba da čini osnovu za uspostavljanje ciljeva vaspitanja i obrazovanja kroz koje se prepoznaju interesi cijelog društva. Međutim, jednom uspostavljene vrijednosti nijesu zauvijek date kao takve, već se vremenom i one mijenjaju. Upravo tim promjenama neophodno je prilagoditi i ci-