

Abstrakt

Cestování jako součást kultury je „předáváno“ z generace na generaci. Vždy jsou však předávány a přejímány pouze ty prvky cestovní mobility, které mají platnost (funkci /místo ve struktuře/ - a nesou často i symbolický obsah).

Rozhodně nelze tvrdit, že by současná kultura cestovního ruchu byla stabilní a neměnná, ale prostřednictvím udržování vybraných projevů kultury cestování, jež jsou považovány za podstatné, jsou pocíťovány jako důležitý kulturotvorný prvek. Disertační práce vychází ze současných poznatků a faktů celostátního charakteru, jak analyzovat úlohu kultury v oblasti etiky v kulturní politice hotelových řetězců a cestovního ruchu. Důležité poznatky, které specifikují tuto problematiku, přináší vlastní empirické šetření ve formě sociokulturní sondy týkající se vztahů mezi vedoucími pracovníky rozličných národnostních kultur a chování manažerů zahraničních hotelových řetězců vůči českým zaměstnancům.