

## O NEKIM SOCIOKULTUROLOŠKIM OZNAKAMA I KONTROVERZAMA NAŠEG TURIZMA

VLATKO JADREŠIĆ  
Filozofski fakultet u Zadru

UDK: 338.48  
Pregledni rad

Primljeno: 1987—02—14

Preferirajući ekonomsko-ekonomisticistički a zapostavljajući interdisciplinarni i sociokulturni pristup izučavanju i primjeni u suvremenom svjetskom i posebice jugoslavenskom turizmu, ovaj svjetski fenomen u svom stalnom i sve potencijalno snažnijem obliku, uz svoje pozitivne karakteristike, poprima sve izraženija negativna i devijantna svojstva i tendencije.

Autor suprotstavlja sve njegove pozitivne i negativne značajke u sferi općih i teorijskih obilježja te praktičkih datosti na primjerima turizma u Hrvatskoj i Jugoslaviji, inventarizira postojeće stanje, ukazuje na mogućnosti i potrebu kvalitetnijeg i selektivnijeg razvoja, na primjerima razvijenih svjetskih odredišta i korištenja naših specifičnih i autohtonih obilježja.

Argumentirano i s opravdanim nabojem i emocijama razotkriva se i stavlja pod kritičku lupu sve ono što kumulira potencijalizaciju njegovih devijacija i negativnih naplavina, ali sve to sagledano u kontekstu traganja za novim i originalnim rješenjima na našim prostorima, izdvajajući tu, s puno razloga, područje istočne obale Jadrana.

Svrha tog »kritičkog« je, da se planskim akcijama i teorijskim osmišljavanjem ovladaju i smanje te mnogobrojne nepovoljnosti, s jedne strane, a s druge strane kvalitetnije razvijaju i dograđuju njegove pozitivne karakteristike.

Dajući panoramsku analizu aktualnosti turizma u nas, autor s puno nade i razloga vjeruje u njegovo bolje sutra.

### 1. Teorijske osnove

Po mnogobrojnim svojim obilježjima suvremeni turizam je jedna od najsofženijih i najznačajnijih pojava suvremenog čovječanstva. Uzroke, faktore i posljedice nastajanja i razvoja zahvaljuje pojavama i procesima industrijalizacije, urbanizacije i sveopćeg tehničko-tehnološkog razvoja, te svim onim društveno-ekonomskim posljedicama koje su nastale iz tih i takvih procesa.

Suvremeni turizam je, s jedne strane, socijalna forma življenja i rekreacijsko-kulturološka potreba urbanog čovjeka te obogaćeni i sve stalniji oblik korištenja slobodnog vremena, a s druge strane — izraz ukupnih društvenih i ekonomskih mogućnosti pojedine zemlje ili razmatranog područja.

Turizam je poznat po svojoj karakterističnoj dvojnosti: po društvenom (i u tom dijelu socio-kulturnom) i privredno-ekonomskom biću. Složen je i slojevit po društvenim, a značajan po ekonomskim vrijednostima i rezultatima. Jedan od pionira suvremene turističke misli, Švicarac Krapf\*, analizirajući njegovu polifunkcionalnost ističe: »U turizmu je ekonomski element zajednički pokazatelj psihološkog, sociološkog, kulturnog, geografskog i tehničkog«, a poznati američki teoretičar Kershaw\* zaključuje da je »turizam privreda svih privreda«.

U teorijskoj, svojoj, misli prelazi relativno poduži put od ekonomsko-ekonomističke isključivosti i glorifikacije (uz kasnija postepena uravnoteženja) pa do današnje orijentacije na interdisciplinarna istraživanja i vrednovanja. Istraživanja u području humanističkih i društvenih znanosti (uz stalna ekonomska) postaju po svom opsegu i karakteru sve učestalija i kompleksnija. Šire se spoznaje i područja socio-kulturoloških istraživanja, odnosno svestranog uključivanja antropologije, psihologije, socijalne patologije, geografije, pedagogije, arheologije, povijesti umjetnosti, ekologije, filologije i drugih znanosti i naučnih disciplina, pa ona, uz prostorne-regionalne okvire, postaju središnji fokus novog poimanja turističkog fenomena.

Kako su ova, ipak, kasnila za onim iz ekonomske sfere, ona, nažalost, nisu mogla, zasad, podariti turističkoj djelatnosti i aktivnosti sve one vrijednosti i rezultate, koje su se od njih objektivno trebali očekivati i dobiti. Što se pak tiče razvoja i prestrukturiranja naše teorijske misli o turizmu s aspekta spomenutih suvremenih tendencija, ona, izvan svake sumnje, kasne još više za tim trendovima, ostavljajući nam tako određene teorijsko-aplikativne praznine i nedorečenosti.

No, da bismo valjano usmjerili šetnju kroz kontroverze i aktualnosti našeg turizma, u početku razmatranja, služeći se deduktivnom metodom, dat ćemo kraći pregled teorijskih osnova turizma kao svjetskog fenomena, a zatim slijedom konfrontacija naše turističke teorije i prakse, ući u središte same teme: u odnos, stanje, karakteristike, interese, nade, očekivanja, nedostatke i devijacije, tj. proturječja te pojave, sve to promatrano i dato »kao svojevrstu karizmu<sup>1</sup> nadâ i proturječjâ jugoslavenskog turizma danas«, odnosno kroz elemente sociokulturoloških oznaka i proturječja našeg turizma. Pokušajmo slijedom takvog zadatka nabrojiti sve te oslone i tendencije suvremenog svjetskog, a tako dijelom i jugoslavenskog turizma. On je sve intenzivnijeg i svestranijeg promatranja i sve učestalijeg bavljenja. Fenomen bogat i pun mnogoznačne društveno-ekonomske pojavnosti i izražajnosti. Pojava puna kontradikcija i kontraindikacija, potenciranja mnogobrojnih pozitivnih i negativnih obilježja, značajna privred-

\* IBIDEM FUSNOTA 8

\* IBIDEM FUSNOTA 8

<sup>1</sup> Izraz karizma je upotrebljen metaforički i uvjetno. On pokušava oslikati individualnu snagu i utjecaj turista, ali i njegov društveno-ekonomski odnos u povratnim masovnim turističkim migracijama suvremenog čovjeka.

na djelatnost koja budi nadanja, ubrzava i uravnotežuje privredne tokove i ukupan društveno-ekonomski razvoj. Nada zemljama u razvoju, njenim pojedinim regijama, pozitivna datost u svjetskim ekonomijama.

Kao kompozit različitih privrednih i društvenih djelatnosti i aktivnosti ,razvijenom i visoko razvijenom svijetu — u vrlo bliskoj budućnosti — turizam je prva industrija svijeta. Ukupnom čovječanstvu stalna i zakonita biosocioantropološka i civilizacijska potreba te jedan od najpotpunijih oblika korištenja i organizacije slobodnog vremena. Po svojoj osnovnoj karakteristici je masovan. Ostao je značajno uniformiran i neuravnotežen u prizmi heterogenosti turističke potražnje i krutosti turističke ponude. Evidentno je sezonalan, litoralan i osjetljiv na prostor i druge »sindrome«. Čovjek je u njemu osnovni agens i subjekat. To ga čini slojevitim, individualiziranim i, hirovitim, osjetljivim i zavisnim o pojedinačnim i orkestralnim djelovanjima različitih iracionalnih i racionalnih motiva, koji ga u obliku dvosmjernog kretanja pokreću, formiraju, unapređuju, slabe, odnosno, definitivno i do kraja potvrđuju.

Različit je. Mijenja se. Raste kao biljka mira i prijateljstva među narodima. Njegovan na nacionalnim kulturama preferira zajedništvo, akulturaciju i internacionalizam. Poprimio je izrazite ekonomske parametre i vrijednosti kao odraz i faktor općeg procesa komercijalizacije ljudskih aktivnosti. Faktor je socijalizacije, ali i sve veće desocijalizacije i dehumanizacije ljudskih vrijednosti. Postao je »ljudska blagodat, ali i sve veće prokletstvo«, da parafraziramo Britanca Georga Younga.\* Ekonomski su efekti izraziti, stope rasta visoke. Postao je društveni izazov i otvorio nove prostore i spoznaje. Kulturna i druga materijalna i duhovna dobra pretvorio je u pozitivne društvene i ekonomske vrijednosti. Prešao je fazu pune ekspanzije (već je gotovo svaki četvrti stanovnik turist) i uplovio u svoju zrelu dob, koju obilježava puna konkurencija i borba na turističkom tržištu zadovoljstva, atmosfere, avanture i doživljaja.

Osim rekreativnih te kulturoloških čuvstava ponovno mu je sve manje stran i hedonistički čin. Kvantiteta sve više ustupa mjesto njegovoj kvaliteti i selektivnosti, tim graničnim odrednicama budućeg turističkog obzorja.

Nekada privilegija i luksuz, rezerviran samo za bogate, suvremeni turizam vrlo uspješno »osvaja« sve kategorije stanovništva. Pedesetih godina počinje poprimati uistinu masovna, a onda i uniformirana obilježja. Prema svojim karakteristikama nema niti će imati prolazni društveno-ekonomski karakter. Daljnjim razvojem proizvodnih snaga i odnosa u proizvodnji i društvu, radničke klase i srednje klase posebice, rastom *per capita* nacionalnog dohotka te sveopćih tendencija i procesa vezanih na tercijarizaciju i kvartirizaciju društva, stalno će se povećavati broj sudionika u turističkim kretanjima. Već je i danas, nema sumnje, postao najdinamičnija i najmasovnija društveno-ekonomska pojava suvremenog svijeta.

\* IBIDEM FUSNOTA 8

Izazvan društvenim i tehničko-tehnolojskim razvojem, turizam dobiva sve izrazitija svojstva učestalosti, mobilnosti i ekspanzije. S jačanjem organizacijskih i poslovnih formi, postaje kako se često kaže »prava industrija odmora, dokolice i sve punijeg doživljavanja«. Gravitira litoralnim područjima. Prostorno i vremenski je ograničen i sezonalan. (Futurolozi, zato, ne bez razloga, ističu da će od »triju turista dva biti na moru«). Ta penetracija privremenih posjetitelja i njena sve izrazitija (zahvaljujući prvenstveno evoluciji prometnih sredstava) mobilnost i ekspanzija pretvara turizam, kao što reče Hans Magnus Enzensberger, u »parodiji potpune mobilizacije«.<sup>2</sup>

Kako suvremeni i razvijeni svijet sve više karakterizira potrošački mentalitet i sveopća komercijalizacija vrijednosti, to turizam, kao jedna od najznačajnijih socijalnih i sociološko-kulturoloških pojava poprima, uza svoja pozitivna obilježja, i sve više ona s negativnim a i patolojskim konotacijama. Iako ga u svojim nakanama i težnjama želimo graditi na humanističkim i etičkim vrijednostima, on iz svoje karakteristike epi fenomena, najčešće postaje svoja suprotnost, surogat i generator negativnog i bolesnog — svoja vlastita negacija. Od stalne komercijalizacije i »trošenja« brzo se degenerira, uniformira i istroši. Da se to ne bi dogodilo, potrebno je »ponešto« mijenjati u njegovoj strategiji i politici razvoja. U tom kontekstu ekspliciranje samo na njegovoj »ekonomskoj« i »deviznoj« komponenti i važnosti, dovelo bi nas vrlo brzo u slijepu i ugroženu perspektivu razvoja. Strategija, dobit ili dohodak pod svaku cijenu, brzo bi pala na ispitu. Jer, treba posebno istaći: trajna kategorija i vrijednost u turizmu i turističkoj politici ne može biti samo profit, već čovjekova potreba za zadovoljavanjem bioantropoloških, sociokulturoloških i, u tom dijelu, rekreativno-relaksavajućih spoznaja, potreba i vizija.

Sve to znači da ga treba razvijati i osmišljavati u svojoj dvojnosti: i kao ekonomsko sredstvo i kao civilizacijsku potrebu i humanističku vrijednost. Tek će tada premostiti sadašnje zamke i karizme proturječja i paradoksa, počesta kataklizmička stanja, te krenuti u budućnost punu čovjekove nade i rezultata.

Neprikosnovena »ekonomska« logika gledanja počinje se postepeno mijenjati i korigirati, najprije u svijetu, a od druge polovice sedamdesetih godina — od kamena međaša — zadarskog znanstvenog skupa o »Humanističkim vrijednostima turizma« (1978) i u jugoslavenskoj periodici i teorijskoj misli.<sup>3</sup>

Temeljena i uporišna točka tom novom pristupu krije se u onoj poznatoj i priznatoj činjenici da je turizam prije svega aktivnost pomoću koje čovjek ostvaruje i unapređuje ljudske osobine općenito, osobne čovječnosti, humanosti, bilo u međuljudskim odnosima, bilo u pogledima

<sup>2</sup> H. M. Enzensberger: Jedna teorija turizma, Kultura br. 60—61/83, str. 43, Beograd.

<sup>3</sup> Tom prilikom organizator je tiskao skupa i Zbornik radova, koji je postao nezaobilazno izvorište afirmativno-kritičkog vrednovanja društveno-humanističke, odnosno sociokulturološke komponente turizma u nas.

i spoznajama pojedinaca, u njihovu odnosu prema svijetu i prema prirodi. Naime, vjekovni ideali humanizma koji ljudsku jedinku i ljudsku zajednicu čine sretnom i uvjerenom u dublje razloge svoga postojanja, jednim se dijelom ostvaruju i turističkim kretanjima.

I u zbroju ostalih suvremenih i originalnih karakteristika, turizam po svojim polivalentnim, polifunkcionalnim te janusovskim implikacijama uvijek djeluje mnogoznačno, policentrično, raznovrsno, potencirajuće i proturječno.

Sastoji se od velikog broja pozitivnih društvenih i ekonomskih funkcija. Svaka od tih funkcija, međutim, ima svoja karakteristična djelovanja i u negativnom značenju. Sve te funkcije, pojedinačno i ukupno, ne žive same za sebe, već djeluju orkestralno i kompaktno. Faktori valencija ovdje su uistinu snažni, a tako i prelamanja onog korisnog i potrebnog, ali i onog neplavljenog, što ima nepovoljne predznake i atribute. Umješnost u kreiranju i mirenju svih ovih kontroverza zaista je imperativ i polazna osnova svakog kvalitetnog i suvislog razvoja turizma na određenom području i kod pojedine zemlje.

Pokušajmo s tog stajališta promatrati i ostala obilježja i oslone suvremenog turizma. Na primjer, proces turističke demokratizacije (uvjetovane razvojem proizvodnih snaga i odnosa te mijenjanjem klasno-socijalno-nacionalne strukture), pa aspekta policentričnosti turizma, specifičnosti turističke potrošnje (kao dijela osobne potrošnje), njegove vezanosti na prostor, turističke zasićenosti pojedinih područja, velike vrijednosti investicija, sposobnosti i snaga da »otvara« pojedina područja, kolektivnosti u radu i masovnosti u zapošljavanju, promjenama u profilu turističkih mjesta i regija, te promjenama u mreži receptivnih kapaciteta; zatim, njegove karakteristike u razvoju i tericijarizaciji društva, u stvaranju deviznog priliva, komplementarnom utjecaju na razvoj privrednih i društvenih djelatnosti, konverzionog utjecaja na vrednovanje prirodno-atraktivnih i spomeničko-umjetničkih resursa i tako dalje. Dobro vođen i razvijan turizam, nadalje, pozitivno utječe na razvoj društvene nadogradnje (materijalne i duhovne infrastrukture) i socio-kulturološki kontekst društva putem tzv. »neekonomskih« ili društvenih funkcija (npr. rekreacione, kulturne, zdravstvene, socijalne, političke, zabavne, adukativne i tome slično).

Sva ta suvremena svojstva turizam poprima kao zakonodavstvenu konstantu i u svom generirajućem obilježju.

U takvoj paleti ciljeva i zadataka, koji plansko-teorijski nisu sporni, te faktora same realizacije dolazi do osnovnih i sudbonosnih proturječja nabujalog turističkog »pozitivnog« i »negativnog«. Sve to — od slučaja do slučaja, od regije do regije i od zemlje do zemlje — izaziva različite kvalitativno-kvantitativne refleksije i posljedice. Tamo gdje se bolje ovladalo njegovim nemirnim, dinamičnim i protuslovnim čuvstvima, tamo će biti i manje negativnih predznaka i posljedica za vlastiti razvoj. Drugim riječima, to znači da će društveno-ekonomski razvoj, u tim sredinama, biti u funkciji razvoja turizma, odnosno obratno, da će on biti bitna

karika u tom razvoju. Kad govorimo o razvoju, tada mislimo na takav razvoj koji daje iznadprosječne rezultate, vrednovane kriterijima međunarodne podjele rada i svjetskog tržišta, a ne onaj mehanički rast kapaciteta i reproduciranja turističkog prometa nastalog kao rezultat turističke potražnje, turističke rente ili instrumentarija vezanih za tzv. uvjete privređivanja, odnosno razne monetarno-valutne podobnosti.

## 2. TEORIJSKE OZNAKE KONTROVERZA U TURIZMU

U daljnjem dijelu ovog, po nekim elementima, panoramskog prikaza aktualnosti suvremenog turizma u svijetu i u nas, dat ćemo širi osvrt i na kontroverze turizma, promatrajući ih, poglavito, po njegovim negativnim eksplikacijama.<sup>4</sup>

Jednostrani i forsirani turistički razvoj radi postizanja što većih ekonomskih rezultata negativno se odražava na njegovom društvenom, socijalnom, socio-kulturnom i prostorno-ekološkom, pa i ekonomskom planu. Poznato je, naime, da se u turizmu upravo na najbolji način potvrđuje teorijska zakonitost da svaka pozitivna turistička funkcija nosi u sebi klicu ili rezultat jedne ili više negativnih funkcija. Proturječja suvremenog turizma, s obzirom na njegovu interdisciplinarnost i društveno-ekonomsko-prostornu uvjetovanost, ponajbolje se mogu promatrati, dijagnosticirati i efikasno razrješavati, utvrđivanjem, analizom te sintezom uzroka i posljedica turizma u sferi dualnog i suprotstavljajućeg djelovanja njegovih funkcija na sociološkim, kulturološkom, psihološkom, ekonomskom, prostornom i ekološkom planu.

Pokušajmo replicirati o tim suvremenim i multiplicirajućim proturječnim svojstvima turizma danas. Tako, na prvom mjestu, treba naglasiti da je MASOVNOST suvremenog turizma, uz sve negativne implikacije, njegovo najpozitivnije svojstvo, a SEZONSKI karakter njegovo najnegativnije obilježje. Osim vremenske ograničenosti postoji i tzv. *prostorna* limitiranost, bez obzira koliko ova pozitivno utječe na regionalne aspekte razvoja datog lokaliteta i graničnog područja. Nadalje, koliko su nam, s jedne strane, dobro poznate sve pozitivne značajke tzv. *privrednih* funkcija te svi njihovi utilitarni rezultati, s druge strane, stoji i tvrdnja da ONE izazivaju inflatorne tendencije, opći rast cijena te pad kvalitete turističko-ugostiteljskih i drugih usluga.

Turistička izgradnja i valorizacija određenog prostora društveno-ekonomski impulsira razvoj, ali taj pozitivni trend na prostorni okoliš ima svoje negativne reperkusije (kolizija turizma i prostora). Turizam je značajan faktor zapošljavanja (a politika zapošljavanje i razvijanja društvenih odnosa u određenom kraju mnogo je razumnija, nego »suluda« trka za rastom turističkog prometa i profit-dohotka), ali i, nažalost, zapošljavanja od sezone do sezone.

<sup>4</sup> Vrlo čvrsto i uvjerljivo doima se u tom smislu Lefefvrevov slogan: »Turizam-razvijajući se, sam sebe uništava«.

Turizam kao receptivna pojava inducira i ostvaruje pozamašna devizna i dinarska sredstva, a kao emisivna aktivnost s druge strane troši golema novčana sredstva za različite turističke potrebe.

Po svojim manifestacijama i obilježjima turizam socijalizira, ali i desocijalizira. Nadasve dezalijenira, ali i otuđuje. Postaje faktorom internacionalizma, premda lako poprira elemente i natruhe nacionalizma, i neokolonijalizma. Osim toga razvija autohotne vrijednosti kulture, ali te vrijednosti katkada narušava neprimjernim »prilagođavanjima« i akulturacijom s onim kulturama, koje, u tom spajanju, takvoj kulturi ne daju novu kvalitetu i izraz, uz to podiže kulturnu razinu i razvija turističku kulturu receptivnog i turističkog stanovništva. Međutim, s druge strane, isto tako, komercijalizira i degradira tu istu kulturu. S njim se gubi kulturna motivacija, iskrivljava subjektivna i objektivna kultura te ugrožavaju dobra kulturne i ljudske baštine — na uštrb kulture, a u korist lažnog turističkog komercijalističkog cilja.

Turizam i na jugoslavenskim prostorima, uz veliko materijalno bogatstvo ostvareno — između ostalog, putem tzv. »paralelnih« ekonomija i sudjelovanjem u njegovom gospodarenju — s druge strane na sociokulturološkom planu uz prave ljudske vrijednosti, razvija psihologiju brzog bogaćenja, jača rentijerstvo, smanjuje stupanj subjektivne kulture te duhovni i moralni dignitet čovjeka.

Turizam izaziva diferencijaciju između ljudi najčešće na krivim osnovama. Posebice u sezoni umnožava marginalne pojave i mentalitete. U njemu buja kriminalitet, prostitucija, sve više prevladavaju iracionalni motivi (moda, oponašanje, kič, snobizam i sl.). Turist sve manje putuje s karakterističnim i tradicionalnim gestom: »šetjeti — putovati — učiti«, a sve više pod motom: »da vidi i da bude viđen«, da kupuje, živi mondenki i hedonistički. Sve manje odlučuje o »izboru« putovanja, o sadržaju maršrute i destinencije, jer mu sve to, u obliku »paket aranžmana« blagonaklono i vrlo spretno nudi touroperator-organizator putovanja. Čovjek se, zahvaljujući rastu standarda i razvoju društva, odnosno s učestalošću i masovnošću turističkog prometa, pretvara iz homo fabera te homo ludensa u svjevrsnog pajaca homo ludensa. Brza zarada i najčešće nepravilna raspodjela dohotka te ulaganje u statusne simbole modernog društva (vile, skupe automobile, jahte) — i od čovjeka stvara svojevrsni statusni simbol za određenu sredinu, s kojom sam počinje manipulirati i »vladati«. Turisti sve više prijete turizmu, kao što masovni turizam sve češće nanosi golemu štetu prirodnim ambijentima, kulturnom blagu, flori i fauni.

Masovni turizam često negativno utječe na demografska kretanja u litoralnim područjima, jer izaziva migracije iz drugih sredina i mehanički prirast stanovništva, a da pritom ne rješava ni materijalnu ni društvenu osnovu te sredine.

D a bi dobile devize mnoge zemlje razvijaju i jačaju inozemni turizam, ali time slabe i stavljaju u inferiorni položaj i domaću valutu i domaći turizam.

Opća komercijalizacija turizma smanjuje njegovu socijalnu komponentu, čime se krug domaćeg radnoaktivnog i zaposlenog stanovništva bitno smanjuje, a ova činjenica i posljedični odnosi, izaziva mnogobrojna nezadovoljstva i socijalne potrebe.

Razvoj turizma na razini zemlje ili njene regije, ako ima prioritetne konotacije, usporava i osujećuje rast i razvoj drugih privrednih djelatnosti, čak i onih koje su mu izravno komplementarne (npr. zapostavljanje poljoprivrede, prometa, trgovine, male privrede i tome slično).

Daljnja proturječja turizma odražavaju se u činjenici što je turistička privreda (po onoj maksimi: »Turizam je bogati siromah«) značajno akumulativna i rentabilna po društvenoj, a relativno niska po individualnoj rentabilnosti.

Suvremeni turizam izaziva, također, raznovrsne špekulacije i u monetarno-kreditnom sistemu. Tu je, gledajući sa šireg aspekta, karakterističan odliv deviza iz društvenog u privatni sektor, odnosno kupovina deviza »na crno« i stvaranje nezakonitog privatnog kliringa — po sistemu »šverc deviza kao sve učestaliji zanat«. Ova tamna strana našeg turizma toliko je uhvatila maha, da ima mišljenja kako se čak još jedna milijarda dolara vrti po privatnim džepovima i drugim nezakonitim putanjama.

Potom, turizam izaziva raznovrsne špekulacije i diferencijacije (bogaćenje mimo rada) putem tzv. turističke i druge rente (prodaja zemljišta po visokim cijenama), ali se pojavljuju i obrnuti slučajevi, kada se npr zbog društvenog interesa eksproprira zemljišna i druga nekretnina i plaća po simboličnoj cijeni, iako je to zemljište ponekad osnovna i jedina imovina i izvor prihoda za život pojedinog vlasnika. Kada tome pridodamo, da principi podruštvljavanja, nažalost, nisu svugdje i uvijek isti, nezadovoljstva tada imaju svoju potencijalnu i uzlaznu amplitudu.

Razvoj turizma, ponegdje i počesto, negativno djeluje na kvalitetu, raspored i fluktuaciju radne snage.. Difuzija osobnog dohotka stvorena na raznim osnovama (posebno putem tzv. »sivih« ekonomija) odražava se negativno na produktivnost rada i uspješnost poslovanja primarnih poslova i društvene proizvodnje, a time se, često, gubi radni i stvaralački odnos prema profesiji i entuzijazam u radu u društvenoj nadgradnji, raznim amaterskim i sličnim organizacijama, čime se, u pravilu, smanjuje društveni standard sredine.

Turizam izaziva sukob interesa i neloyalnu konkurenciju između društvenog i privatnog interesa te društvenog koji često tendira grupno-vlasničkom) i privatnog sektora. Privatni sektor — zamišljen da bude dopuna društvenom — zahvaljujući poremećajima na tržištu sve više postaje relevantan faktor određene sredine, opasnost za tu sredinu, kao i izvorište različite špekulacije, a da pritom ne utječe na bitnije smanjivanje uniformiranosti ponude i povećavanja njezine kvalitete. Nedorečenosti zakonske osnove i neefikasnost inspeksijskih i kontrolnih službi, uz slabo stanje razvoja male privrede (posebno u društvenom sektoru), ostavljaju dovoljno prostora za bujanje raznih drugih špekulacija, koje se, onda, kao bumerang vraćaju onim vrijednim i poštovanim sudionicima turističke

ponude privatnog sektora, koji to ničim nisu zaslužili. Sve to, kao svoj konačan rezultat, izaziva nepotrebnu i štetnu generalnu hajku na taj sektor.

Zaštita društvenog interesa često i u besprimjernim slučajevima »divlje« gradnje obiteljskih kuća za odmor pada na ispitu. Desetine tisuća sekundarnih rezidencija izrađeno je na najvitalnijim prostorima naše zemlje i republike. U velikom broju slučajeva te lokacije kolidiraju širem društvenom razvoju ili mu se drastično suprotstavljaju. Najčešće u tom slučaju, nedostaje pravne društvene intervencije, slične onoj na području općine Metković, u Kleku, kada je srušena čak 31 vikendica, jer su smetale plasnoj hotelskoj društvenoj izgradnji. Taj i još poneki primjeri u općinama Šibenik, Crikvenica ili na području istarske turističke regije bude nadu da se polagano ispravlja devijantna slika naše turističke svaki-dašnjice.

Jedna od osnovnih i polaznih proturječja turizma proizlazi iz različitog interesa emitivnog i receptivnog područja i osnovnih karakteristika: elastične, mobilne, lokalizirane, heterogene i demonstrativne turističke potražnje i potrošnje, te neelastične i po mogoćemu ograničene mu turističke ponude.

Zahtjevi masovnog turizma, zbog različitih interesa, počesto ne mogu pratiti druge privredne i društvene djelatnosti. Problemi i suprotnosti ponajviše nastaju na organizacijskom planu, kod planiranja radnog vremena, suradnje različitih činitelja i tome slično. Kolizije suvremenog masovnog turizma ekspliciraju se, nadalje, u prostornoj i ekološkoj komponenti. Masovne forme turizma — posebno kupališni, boravišni, auto-kamping, zimsko-planinski te drugi njegovi oblici — u različitim varijantama prostorne i vremenske koncentracije i presije, veoma često štetno utječu na prirodnu, radnu i životnu sredinu određenog receptivnog kraja. Intenzitet turističke dokolice, sve češće uvjetuje fizičko-prostorno-geografsku limitaciju i saturaciju pojedinog lokaliteta, plaže, kampa, hotelskih i drugih kapaciteta. Turistički razvoj, objektivno, izaziva demografsku napučenost (broj žitelja i turista se u našim primorskim turističkim mjestima ljeti poveća i više od pet puta), zatim, devastaciju prostora, okupaciju prirodnih vrijednosti ili njihovu privatizaciju. Sva ta, kao i druga, nepovoljno stanja i kolizije na prirodnu okolinu, rezultat su mnogobrojnih negativnih utjecaja i depresija izazvanih upravo samim turizmom. Turizam je, nema sumnje, po mnogo čemu nalik na ekstraktivnu industriju. Naime, vezan je na prirodu te prostor, od tih resursa zapravo i »živi«. Na taj je način i uzročnik same ekonomske i moralne istrošenosti datog prostora.

Negativne ekološke reperkusije na prostor, manifestirane različitim oblicima djelovanja na kopno, zrak i vodenu površinu, dramatično se povećavaju. Ekologija — uz glad, bolest, rat i inflaciju — postaje najveći problem i najveća opasnost suvremenog čovječanstva. Priroda nam prijeti smrću, ne usporimo li njen neuravnotežen hod u kome se gubi prirodna

ravnoteža i ugrožava zakonitost zaštite čovjekove sredine i ukupnog društveno-ekonomskog razvoja. I mjesto turizma, kao relevantnog i sve opasnijeg zagađivača, bez sumnje nije zanemarivo. Dapače, sve je kumulativnije.

### 3. Aplikativne oznake i kontroverze

Suvremeni masovni turizam,<sup>5</sup> uz već spomenute karakteristike, izaziva na našim prostorima još čitav niz proturječja i različitih posljedica na internom, ali i na eksternom planu, i to u obliku pozitivnih i negativnih rezultata. Tako npr. obilježava i izaziva:

- neplansku izgradnju i urbanizaciju, te nesklad u razvoju ukupne i pojedinačne supra i infrastrukture,
- narušava autohotnost urbane ili ruralne sredine,
- preferira izgradnju novih objekata, a zapostavlja još poželjnija ulaganja u programe revitalizacije, intenzifikacije odnosno valorizacije postojeće materijalne osnove,
- slabu efikasnost rada nosilaca turističke djelatnosti (bez obzira na česte dobre financijske rezultate, koji su plod uvjeta privređivanja, tečajnih razlika ili utjecaja turističkih renta),
- slabu kadrovsku i stručnu ekipiranost turističke organizacije,
- nesuglasja unutar i između užih i širih interesa,
- pojavu i prisutnost lokalnog kampanilizma ili lokalne zatvorenosti,
- oponašanje različitih tuđih primjera i neuspješnog prenošenja na vlastitu sredinu,
- pojavu »crnih bilanci« u prometu putnika i turista,
- induciranje političkog i drugog terorizma,
- pojavu raznih bolesti, trauma i sličnih depresivnih stanja,
- povećanu napetost od požara<sup>6</sup> i drugih elementarnih nepogoda,
- kulminaciju buke, galama, pijanstva, tučnjava, nehigijenskih uvjeta života i usluživanja, pojava nestašica roba po asortimanu i izboru i drugo.

Sve ovo što smo naveli, kao i ono što je još trebalo potencirati i navesti a zbog karaktera teme i njenog limita to se nije moglo učiniti, čini svojevrsnu panoramu aktualnosti jugoslavenskog turizma, odnosno teorijsku i praktičnu osnovu turističkog proturječja. Slijedom takvih misli nastavimo s njegovom daljnjom panoramom stanja, mogućnosti, karakteristika i suprotstavljanja, bar u onim elementarnim naznakama.

Nastao na temeljima jugoslavenske (jugoslavenskih) tradicija i kulturnog identiteta, bazirajući se na fascinantnim ljepotama prirodnih atraktivnih osebnosti, gradeći svoju ponudu i vrijednosti na raspolagajućoj

<sup>5</sup> Turizama Jugoslavije u ovoj fazi razvoja, nažalost, nije ni masovan, a pogotovo ne selektivan. On posjeduje samo neke elemente kvantitete i tendencije kvalitete.

<sup>6</sup> Godine 1985. na području Jadrana bilo ih je oko tisuću.

materijalnoj i ljudskoj osnovi, te svjesnom utjecaju raznovrsnih pravnih i drugih činitelja, turizam je u čitavom dosadašnjem razdoblju, uza sve »Scile i Haribde« — ipak brodio svojom uzlaznom linijom, krčeći mnogobrojne puteve praćen različitim zamkama, preprekama, suprotnostima i izazovima. Rastao je, mijenjao se i razvijao kao socijalistička i samoupravna vrijednost, zadovoljavao naša realna očekivanja, oduševljavao, ali i zabrinjavao. Dao nam je relativno mnogo, pomagao kada je bilo najpotrebnije, oduzeo ponešto, narušio podosta, pomaže i nadalje.

Izvan svake sumnje ostaje da je mogao i morao dati mnogo više i bolje, te da je upravo u toj činjenici sva njegova »karizmatička« suprotnost, nepomirljivost, nesavršenost i snaga. Izložen je svakodnevnim kritikama, analizama, odnosima, pa se često zaboravljao onaj već na početku ovog teksta istaknuti slogan u njegovoj uvjetovanosti s društveno-ekonomskim razvojem naše zemlje. To se i danas, ponekad, ponovno zaboravlja. Na papiru i u projekcijama »puna su ga usta«, ali se i nadalje ne ostvaruju osnovne društveno-ekonomske pretpostavke, vitalne za vlastiti razvoj i istinski zamah. I u mjerama stabilizacija, koje naše društvo svestrano sprovodi u svim porama društvenog bića, ističe se njegovo značenje kao generator razvoja, te nezaobilaznog činitelja i stvaraoca deviznog priliva. Ali, u isto vrijeme se ne pronalaze optimalne mjere za njegov poželjan razvoj pa se stječe dojam da ga se ponovno ne gleda kao »privredu svih privreda«, već više kao posebnu regionalnu ili republičku privrednu granu, ili područje u sistemu ukupnog našeg privređivanja. Neće li, upravo takvo gledanje, i u novim projekcijama srednjoročnog i dugoročnog razvoja Jugoslavije i Hrvatske, kao krajnji svoj rezultat imati neispunjenu planski zadatak i (opet!) završiti općom konstatacijom: »da imamo izvrsne prirodne i druge mogućnosti, ali da nam je i nadalje stopa rasta turističkog prometa i devizni priliv u nesrazmjeru s tim mogućnostima«.

Svemu tome tada neće pomoći ni postavka »Dugoročnog programa ekonomske stabilizacije«, gdje se, da podsjetimo kaže: »... turizam treba razvijati brže od ukupne privrede, ukoliko to omogućuje potražnja na međunarodnom tržištu«. No, da se ova, bez sumnje, važna i ispravna tvrdnja, uveliko »udaljila« od našeg tekućeg i planskog privrednog plana i života, pokazuju nam posljednje mjere najviših izvršnih subjekata, koju turističku privredu i njene privredne subjekte stavljaju u osjetno suprotstavljajući položaj, pogotovo kada se radi o tokovima proširene reprodukcije.

Kako onda prebroditi sva ta nesuglasja jugoslavenskog turizma, na koji način popraviti naš položaj na svjetskom turističkom tržištu, kad znamo:

— da je Jugoslavija jedna od jeftinijih turističkih destinacija Evrope i Sredozemlja,

— da se udio smještajnih kapaciteta i deviznog priliva prema podacima OECD, u posljednjih desetak godina relativno smanjuje,

— da nam je pansionska potrošnja niska, a ona izvanpansionska niža i dva do tri puta on one u razvijenim turističkim zemljama Evrope i svijeta.

Što reći o zabavi (ona je, npr. u SAD, poslije nafte i elektroprivrede, na trećem mjestu po ostvarenom prihodu) i o zabavi u turizmu, o kulturnim programima, o sportskim manifestacijama, o autohotnim suvenirima, o slaboj iskorištenosti ili popunjenosti smještajnih kapaciteta, o trgovini — kao tamnoj strani našeg turizma?!

Kako YU-turizmu izgraditi moderan koncept privređivanja, koji će na novim temeljima (uz ugrađivanje elemenata marketing koncepta, informatičkog sistema i sl.) zamijeniti sadašnju poslovičnu neorganiziranost i feudalizaciju osnovnih organizacija udruženog rada?

Kada će naša teorijska misao i praktična periodika početi sa sustavnijim marksističkim istraživanjima njegova društveno-ekonomskog bića?!

Kada ćemo, naposljetku, premostiti i razrješiti sljedeće njegove aktualnosti i stanja:

— da nam turistička kvaliteta preraste u turističku kvalitetu,

— da turizam bude sredstvo i cilj u kome će naš radni čovjek prvenstveno, putem oblika rekreacije, moći rekompenzirati svoju tjelesnu i psihičku kondiciju i stanje, posebno u današnjoj situaciji, kada pada razina životnog standarda i kad dolazi do još slabijeg »interesa« za razvoj domaćeg — i u tom dijelu socijalnog — turizma,

— poboljšati stanje sezonske ograničenosti i prostorne distribucije te njegove nepovoljne nacionalne strukture u kojoj čak 40 posto inozemnih gostiju čine njemački građani,

— kako i kada poboljšati strukturu zaposlenih kadrova, njihov raspored, a u isto vrijeme, što je još važnije, povećati produktivnost rada, smanjujući broj zaposlenih po jedinici kapaciteta ili ukupnog prihoda, koji je, npr. za 2 do 3 puta viši nego u susjednoj Italiji,

— turizam kao »sintetička« privredna djelatnost i pored 25-godišnjeg opravdanog nastojanja još nije dobio status izvoznika,

— Jugoslavija je uz sve moguće deklariranje sve više zemlja »primorskog« turizma i mono sezone (što je, međutim, s konkretnim programima razvoja još tri sezone?),

— nedostaci naše turističke ponude ogledaju se i u strukturi smještajnih kapaciteta, u kojoj dominiraju tzv. komplementarni, na uštrb tzv. osnovnih smještajnih kapaciteta i posebno unutar njih hotela srednje (C, D) kategorije,

— nesređeni i neambiciozni programi planskog i strukturalno poželjnog razvoja malih kapaciteta u privatnom sektoru, kako onih u ugostiteljstvu tako i u maloj privredi,

— nepovoljna prostorna koncentracija turističke ponude i njena nekvalitetna struktura, posebno s aspekta neadekvatnog ili gotovo zanemarnog razvoja pojedinih selektivnih i u tom dijelu ekskluzivnih vrsta turizma — koji u pravilu poboljšavaju kvalitetu turističke promotivnosti i daju specifični image datoj sredini,

— tradicionalno slab interes inozemnih partnera za zajednička ulaganja u turizam naše zemlje, bez obzira, što novi propisi i novine na ovom području, bude stanovita nadanja za relevantnije nadanje i buduće pomake,

— aspekti organizacije i turističke politike čine slabu stranu našeg turističkog trenutka, i to kako sa stajališta turističkih privrednih, društvenih i državnih organizacionih formi tako i s aspekta njihove horizontalne, i još više, vertikalne integracije i povezanosti,

— i naposljetku, aktualni trenutak jugoslavenskog turizma, ocrtava se i kroz mnogobrojna druga obilježja, koja su u isto vrijeme, nema sumnje, i njihova proturječja.

Zato se, u cijelom ovom (pomalo esejističkom) prikazu, koji je dat u obliku naglasaka sistematiziranih aktualnosti, optimističkih i pesimističkih, te suprotstavljajućih tonova na samom završetku, ponovno nameće potreba i imperativ za svjesnim i planskim ovladavanjima, te kreiranju jugoslavenskog turizma, kako mjerama turističke politike, zakonodavstva, organizacije i poslovanja, tako i mjerama za njegovo unapređenje svakodnevnim malim i praktičnim pitanjima i primjerima, sada već njegove bogate prakse.

Sve to znači da se u našoj široj društvenoj strategiji moramo odvikavati od gledanja na turizam kroz prizmu glorifikacija njegovih ekonomskih funkcija i vrijednosti, početi ga svestrano i kritički interdisciplinirano promatrati, zalagati se za njegov razvoj koji će našem radnom čovjeku garantirati život dostojan čovjeka, gdje će on naći sreću u spoju duhovnoga i materijalnog, potvrđujući i razvijajući pri tom svoju ličnost, svoju potrebu i svoju osmišljenu perspektivu.<sup>7</sup>

S druge strane neinventivnu ponudu i vrlo slabu izvanpansionsku uslugu moramo obogaćivati novim oblicima i sadržajima iz duhovne i materijalne sfere pojedinog turističkog odredišta, gradeći upravo na autentičnim vrijednostima svu draž i specifičnost kvalitetne i raznovrsne (posebne i opće) turističke ponude Jugoslavije, ponude koja će imati svoj zaštitni znak kvalitete i prepoznavanja, satkane od bogatstva i mozaika izvornih i ambijentalnih kulturnih, zabavnih, sportskih i drugih događaja i sadržaja.

Trebat će povezati različite kanale i programe iz svih sfera društvenog života u zajednički turistički nazivnik, poboljšati ugostiteljsko-hotelijersku ponudu malim, intimnim (i s dušom) mirnim i ambijentalnim lokalima i objektima, posebno u gradskim i seoskim jezgrima, trgovima primorskih mjesta (koja i čine središta i izvorišta civilizacije te sredine). U tom dijelu, u takvim ambijentima, preferirati otvaranje specijaliziranih i, zbog obilježja naše ukupne ponude i općih tendencija, jeftinih lokala na tradicijama te sredine.

<sup>7</sup> Vidjeti i usporediti što o tim pitanjima i aspektima donosi »Deklaracija iz Manile« (WTO, Manila, 1980, Madrid).

Osim toga turističko-promotivnom aktivnošću valja utjecati na povratne migracije kroz cijelu godinu; prilagoditi »antisezonskom« konceptu i druge važne karike u turističkom gospodarenju (npr. shopping turizam, prodaju originalnih zavičajnih uspomena, organizaciju javnih službi (re)-organizaciju prometne i trgovinske mreže), raditi na snažnijem teritorijalnom uključivanju putničkih agencija i touroperatora i organizirati prodaju turističkih kapaciteta po suvremenim osnovama, kao i:

- izvršiti specijalizaciju i podjelu rada u poslovanju pojedinih OOUR-a ili određenih turističkih destinacija,

- razvijati buduću investicijsku aktivnost na programima (uz novogradnje) valorizacije i revitalizacije pojedinih prirodnih i privremenih resursa,

- raditi na povezivanju društvene i privatne inicijative putem oblika poslovnog povezivanja po principima, na primjer, kooperacije poljoprivrednih proizvođača,

- zbog velike društvene nadgradnje turizma i usmjerenosti ukupne supra i infrastrukture na »masovno tržište«, odnosno masovne oblike turizma, u nastupajućem razdoblju trebalo bi razvijati pojedine selektivne vrste turizma putem selektivnosti usluge i osigurati nove kvalitativne elemente turističke ponude,

- suzbijati samozadovoljstva u postizanju privrednih i poslovnih rezultata, jer su ona, skoro u pravilu, nastala najčešće kao rezultat valutnih i drugih pogodnosti, a ne kao posljedica rasta produktivnosti i umješnosti poslovanja.

- razobličavati sve prisutnije tendencije zatvaranja pojedinih OOUR-a i s tim u vezi razvijanja grupnovlasničke logike i ponašanja,

- »vjenčanjem hotelijera i muze« osigurati trajnu i kvalitetnu kulturnu prezentaciju turističke ponude,

- ulagati dodatne napore da turističkim mjestima i turističkoj inicijativnoj i receptivnoj organizaciji vratimo nekadašnji sjaj i status osnovnog i žarišnog nukleusa turističke provenijencije, gdje će amaterski principi u radu i radni entuzijazam spram sve veće komercijalizacije i kolektivne privatizacije društvenih interesa u organima uprave mjesta i pojedinih organizacija biti temeljni generator društvenog i turističkog progressa,

- obrazovnom i edukativnom elementu turizma posvećivati mnogo veću pažnju, posebno u njenom socio-kulturološkom i humanističkom segmentu, te u tom smislu prići sistematskom obrazovanju stručnih i znanstvenih kadrova humanističko-društvene komponente (koristeći pri tom dragocjena iskustva prvog i jedinstvenog takvog studija u nas, razvijenog, svojevremeno, u krilu zadarske Pedagoške akademije i Filozofskog fakulteta).

Zato, brigom esteta i vizionara, kulturnog identiteta i kreativnošću, te ekonomskom umješnošću, unapređujemo turizam, tako da bude i faktor rada, ali i istinska, duhovna revitalizacija života. Jer, nema sumnje, njegovim pravilnim vođenjem, osnažit ćemo ekonomske efekte i stvoriti

osnovne pretpostavke njegove transformacije i prerastanja u sadržajan i kvalitetan oblik ljudskog življenja. Razvijamo ga na njegovim postojećim kvalitetama (geografskom ambijentu i antropogenim elementima, povoljnim cijenama usluga, pozitivnim tradicijama i dosadašnjoj turističkoj ponudi, miru i sigurnosti turista, stabilnosti našeg društveno-političkog sistema) i drugim pozitivnim vrijednostima. Osvremenjujmo ga novim tendencijama svjetskog turističkog tržišta, a eliminirajmo sve ono što poput naplavina i različitih opasnosti postaje sve učestalije i zabrinjavajuće.<sup>8</sup> Jer, nepobitno je da samo upornom, svijesnom i smislenom politikom te svakodnevnom konkretnom akcijom možemo interakciju i antipode turističkih vrlina i mana dovesti u potrebno suglasje i priželjkivano pomirenje.

To je tim potrebnije i lakše kad znamo da su, pojedinačno i ukupno gledajući, negativne funkcije turizma, ipak, samo »naličje« svjetlog turističkog »lica«.

Zbog svega iznesenog, sve nas upućuje na zaključak, da jugoslaven-skom turizmu ne trebaju ni panagirici ni temeljna osporavanja i negacije, već stalna i sistematska akcija na razvijanju i prevrednovanju svega onog što je u njemu pozitivno i perspektivno, te, s druge strane, uporna borba i smišljena aktivnost na smanjenju i prevladavanju onog nepovoljnog i regresivnog. Jer, uistinu, nije potrebno posebno dokazivati da smanjivanjem i ovladavanjem »negativnog« u isto vrijeme povećavamo i obogaćujemo ONO što je u njemu pozitivno.

Na taj način, u toj svojevrsnoj karizmi aktualnih proturječja, razvijajmo i gradimo mostove nade i svijetle turističke budućnosti. Budućnosti koja je počela i koja traje. Zar nam i ambiciozni srednjoročni i dugoročni planovi turističkog razvoja Jugoslavije i Hrvatske, bez obzira koliko će biti planovi želja i samo izvjesne realnosti, to ne potvrđuju?!

Stoga, bez ikakve sumnje turizam — taj uspavani div jugoslaven-skog sutra — postaje izazov naše budućnosti. Budućnosti u koju treba vjerovati.

---

<sup>8</sup> Usp.: Vlatko Jadrešić — Boris Jurić, »Turizam zadraskoga kraja s osnovama turističke teorije i politike, Zadar, 1985., pogl. »Turizam kao specifična društvena pojava. Sociologijsko proučavanje turizma«, str. 30—37. i pogl. »Turizam kao specifična privredna pojava. Ekonomsko proučavanje turizma«, str. 39—51.

*Vlatko Jadrešić*: ABOUT SOME SOCIO-CULTURAL FEATURES AND CONTROVERSIES OF THE YUGOSLAV TOURIST TRADE

Summary

Due to the neglect of the interdisciplinary and socio-cultural approach and the preference shown for the economic approach in investigating and applying the world and, in particular, the Yugoslav tourist trade, this international phenomenon, in its constant and developing form, alongside positive traits, has acquired distinct negative and deviant characteristics and tendencies.

Contrasting its positive with its negative features in the sphere of general and theoretical considerations, as well as in the practical given situation as exemplified by examples from tourism in Croatia and Yugoslavia, the author gives an inventory of the present situation. Employing examples from developed world sites and some autochthonous Yugoslav specifics, he points to the possibility and necessity of a more qualitative and selective development. With arguments and justifiable emotional commitment, the paper unmasks and critically evaluates everything that contributes to the deviations and negative developments; all of this is viewed in the context of a search for new and original solutions for the territory under consideration, isolating, with sufficient reason, the Eastern Adriatic seaboard.

The purpose of this critical assessment is, on the one hand, to reduce and overcome numerous unfavourable conditions through planned endeavours and theoretical breakthroughs and, on the other, to qualitatively develop and build up its positive characteristics.

Giving this panoramic analysis of the actual state of tourism in Yugoslavia, the author with hope and reason believes in its better tomorrow.