

## PLAIDOYER ZA KULTURU I TURIZAM

VLATKO JADREŠIĆ  
Filozofski fakultet u Zadru  
*Faculty of Philosophy in Zadar*

UDK/UDC: 008:338.48 (949.71)  
Pregledni članak  
*Review*

Primljeno: 1988 — 12-29  
*Received*

U ovom se teorijsko-aplikativnom plaideyeru rasvjetljava i stavlja u međuodnos te suprotstavlja pojam kulture i turizma, i to posebice i kao sintagmu.

Ukazujući na pomanjkanje tekstova i literature iz ovog područja i razlažući činjenicu da u kulturi i turizmu te turizmu i kulturi u nas očekivano »spajanje« još nije izvršeno, autor također ukazuje na mnogobrojne i višeznačne negativne funkcije i djelatnosti u tom odnosu.

Primjeri iz turizma Jugoslavije, ističe se u članku, kada se radi o humanističkim i kulturološkim vrijednostima, česte su paradigme s atributima negativnih konotacija.

Sredstva da se odnosi prevladaju su različita, a jedno od najvažnijih je i edukacija i sustav obrazovanja putem novog humanističkog didaktičkog modela interdisciplinarne i međufakultetske organiziranosti.

No, kada se radi o razvijanju receptivne i emitivne turističke kulture, onda ova pitanja dobivaju mnogo širu sferu edukacije i smislenih postupaka, sve u želji i cilju da se s jedne strane postignu planirani i optimalni ekonomski efekti i s druge strane sačuvaju i razvijaju izvorni i kreativni kulturni i kulturno-umjetnički entiteti.

### *1. O pojmovnom određenju, međuodnosu i proturječima kulture i turizma*

Dugo vremena međuodnosu te mogućim nepovoljnim odnosima kulture i turizma nije se posvećivala potrebna šira pažnja. I kultura i turizam bili su samo u fokusu sporadičnih istraživanja. I dok kultura, i kultura i umjetnost, i danas »čine značajnu marginalnu pojavu« u koju se svi zaklinjemo, turizam kao složen društveni fenomen u svom obvezatnom prelazu »iz kvantitete u kvalitet«, postaje, iako prvenstveno iz utilitarnih razloga, predmet sve većeg sociokulturološkog interesa, poiman u svoj svojoj interdisciplinarnoj i mnogoznačnoj pojavnosti.

U tom kontekstu i kultura u turizmu, i turizam u kulturi, te turistička kultura, postaju, također, sve više, predmet našeg različitog (po zadatku) i zajedničkog (po cilju) interesa. Kao rezultat širih civilizacijskih tekovina, i kultura i umjetnost te turizam, uz granje po svojim izvorima, opipavaju pulseve zajedništva i me-

đusobne uvjetovanosti, okrećući se pritom svojoj budućnosti i široj društvenoj perspektivi.

Turistički gledano, početak ovih kretanja — za koja se i mi zalažemo, a u vezi su s aspektima kulture i turizma — proniknut će nova obzorja kulturnoturističkog identiteta, u kojima će »jednostrano prezentiranje i poistovjećivanje kulturne baštine i ukupne objektivne kulture« biti zamijenjeno sa sretnom simbiozom onog antropološkog, prirodnog, antropogenog i onog subjektivnog, živog, čovjekovog, institucionalnog, domicilnog, tradicionalnog i ambijentalnog, onog što stvara kulturno-turistički ambijent i atmosferu ugodnog turističkog boravka određene sredine.

Takav trend kretanja, gledajući u našim okvirima, izazvat će povratne impulse i kod postojećih turističkih organizacija, koje će, za razliku od onog što je danas najčešće, u ovakovim akcijama vezivanja kulture i turizma, vidjeti svoje pojedinačne i društvene šire interese i orijentacije.

U tom cilju i želji, pišemo i produbljujemo hipoteze i argumente o vezivanju i međuzavisnosti kulture i turizma kao paradigmi koji onom »društvenom« i »ekonomskom« nosi nove, a u isto vrijeme, originalne, plodove ljudskoj djelatnosti i njenoj civilizaciji.

Pokušajmo to i znanstveno-aplikativno definirati i odrediti.

Višeznačne su međuzavisnosti i vrijednosti u sintagmi kultura i turizam. Korelaciju susrećemo i potvrđujemo, bez obzira da li pojam KULTURE definiramo i sagledavamo izdvojeno ili u vezi s TURIZMOM, da li je tumačimo u širem aspektu »kao cjelokupnu čovjekovu privrednu, društvenu i duhovnu aktivnost« te kao »cjelokupno djelovanje jedne društvene formacije« ili je analiziramo kao »posebnu« disciplinu i ljudsku djelatnost primijenjenu na konkretan problem ili činjenicu.

U tom smislu kultura kao civilizacijska tekovina najvišeg ranga vrijednosti i identiteta pojavljuje se spram turizma dvojako: ili kao kultura u turizmu ili kao turizam u kulturi, odnosno kao »posebna«, tj. TURISTIČKA KULTURA. Ova evolucija razvitka i napretka nije rezultat neke »umjetne« potrebe već dijalektička zakonitost koja proizlazi iz bića turizma i turiste, kojemu je, uz svu i čestu »površnost« dijela motivacije i svu lukrativnu datost, imanentna humanistička i kulturološka dimenzija — kao spiritus movens općeg i osobnog napretka.

Nedvojbeno je, da valencije i funkcionalnosti postoje kod ovih pojmova i pojava jer one odražavaju razvoj ljudskog društva i jer predstavljaju odraz, izraz i refleks tog razvoja, isto kao što u postojanju dijalektičkog sukoba između ljudsko-humanis-

tičkog i tržišno-komercijalnog, kroz slobodno i oslobođeno vrijeme, doživljavaju svoju simbiozu i novu postojanu kvalitetu.

Njihov međuodnos i životna srašćenost oživotvoruje se u biću njihove pojavnosti i suštine, a vrlo se reljefno potvrđuje putem pojmovnog i sadržajnog definiranja.

Od identičnih definicija za ovu priliku izdvajamo jednu, koja formalno i sadržajno oblikuje obje ljudske djelatnosti i pojave (citiramo): »Kultura (ili TURIZAM) je način života, uzrok, faktor i ogledalo društva«. To znači da KULTURA (kao i turizam) ovise od ljudi i njihovog načina svakodnevnog života. Slijedom te analogije, Jost Krippendorf ima pravo kad kaže »da bi se promijenio turizam treba se promijeniti svakidašnjica«.<sup>1</sup>

Kauzalitet kulture i turizma, nema sumnje, može se kristalno pojasniti i na slijedeći način:

da je kultura proces ovladavanja i nadvladavanja prirodnih i društvenih pojava, a turizam je prirodno-prostorni, privredni i društveni happyend, putem kojeg određena zemlja na najbolji način prezentira, ili može prezentirati, svoju kulturu.

Pozitivni utjecaji i odnosi između kulture i turizma, vidjet ćemo iz nadolazećih primjera, imaju najšira značenja i manifestne oblike, u ovim užim područjima i sferama:

- sociokulturne pojave (utjecaj turista na receptivno stanovništvo i obratno, utjecaj na navike, običaje, etiku, moral, način života i rada, stambenu i komunalnu kulturu, javne službe te stvaranjem i razvojem novih potreba);
- kulturno razvojne pojave (utjecaj turizma na kulturnu razinu stanovništva, na razvoj kulturnih djelatnosti i kulturne infrastrukture i na ekonomski položaj kulturne sredine);
- povezanost kulturno historijske i prirodne baštine s turizmom (potkradanje baštine ili njeno unapređivanje) razvoj ili uništavanje baštine i tome slično;
- te, što je posebice važno i »novo« — stvaranjem kulturnog i kulturnoturističkog ambijenta date sredine.

No da bi se moglo ovladati ovim pojavama, planirati te voditi njihove izvorne vrijednosti i sažimati ih u njihovom međuodnosu, moramo dobro ovladati ovim preduvjetima i datostima:

- kulturnim elementom turističkog kretanja (a on se gradi na: informiranosti, upoznavanju, kontaktiranju i doživljavanju);

<sup>1</sup> Jost Krippendorf, *Putujuće čovječanstvo*, Liber i Institut za turizam, Zagreb, 1986, str. 105

- kulturnom motiviranošću turističkih kretanja (etnosocijalni, umjetnički, ambijentalni, manifestacijski, pejzažni);
- kulturnim faktorima turističkih kretanja (stupanj naobrazbe, turistička kultura, receptivni faktori, uslužnost, sadržaji turističkog boravka).

Svi ovdje izneseni navodi, kao i mnogi drugi, nedvosmisleno upućuju na zaključak da kultura i turizam (turizam i kultura) međusobno korespondiraju, s napomenom, da je stupanj njihove povezanosti veći u društvima i narodima s bogatijim kulturnim stupnjem i civilizacijskim identitetom, te razvijenijim društvenim i ekonomskim odnosima (o.p. tj. u zemljama većeg nacionalnog dohotka per capita).

Međutim, kao i mnoge pojave, i kultura i turizam u svom »dnevnom« tekućem životu poprimaju janusovske manifestacije i stanja, pojedinačno i skupno, interno i eksterno, pa uz visok stupanj jedinstva i međuzavisnosti te pozitivnih vrijednosti, poprimaju sve izrazitije oblike kolizija, proturječja, tj. negativnih ili nepovoljnih manifestacija. Društva razvijenije i bogatije kulture, te kulture i turizma, imaju, u pravilu, manje realnih i mogućih proturječja, unutar i između promatranih promotornih aktivnosti, i obratno, ona, nerazvijenija, više (i to u potencijalizirajućem obliku) suprotstavljajućih elemenata.

Takovom stanju zasigurno je više razloga (o čemu u nastavku govorimo slojevitije i sa snagom argumentacije), ali je očito da jedan treba svakako izdvojiti: nalazi se i proizlazi iz sfere turizma, ili još preciznije iz »ekonomskog ili čak ekonomističkog gledanja na turizam«,<sup>2</sup> i to upravo u zemljama u razvoju, koje putem turizma žele »brzo« i »lako« premostiti vjekove i decenije svoje zaostalosti i inferiornosti.

Primjeri naše zemlje u tom smislu dovoljno su indikativni i poučni. Tu je sukob humanističkog i kulturološkog s jedne strane, i ekonomsko-tržišnog s druge strane, bio bolan i očit na štetu onog humanističkog, posebice u početnoj i drugoj fazi turističkog razvitka.

I razvoj kulture u nas počesto nije išao uzlazno i osmišljeno. Kultura je bila i ostala u sferi potrošnje i na margini društvenog razvoja, a mnogi uspjesi i kulturni dometi, ipak su bili iznimka šireg društvenog i kulturološkog konteksta, koji je za nju u cijelosti bio i ostao nepovoljan i nedovoljno afirmativan.

Ovakovo stanje imalo je za svoju posljedicu gubljenje jedinstva interesa i razvoja kvalitetnog čina u aplikaciji kulture u tu-

<sup>2</sup> Vlatko Jadrešić, »O nekim sociokulturološkim oznakama i kontroverzama našeg turizma«, *Radovi Filozofskog fakulteta u Zadru, Razdio filozofije, psihologije, sociologije i pedagogije* (3), Zadar, 1987, str. 234

rizmu (i turizma u kulturi), te rezultiralo čestim mimoilaženjima, potiranju i sukobljavanjima.

To se sve događalo (i događa), bez obzira što nam je dobro poznata sva slojevitost turizma kao složene i značajne društveno-ekonomske pojave, i da naglašeni utilitarni interes, u procesu i na duži rok daje negativne i pogubne posljedice.

Zato se, rekli bismo, već izvjesno vrijeme, ipak mijenjaju i poboljšavaju slike, mijene i istine o turizmu, a s tim u vezi i o kulturi i turizmu. Tome je, bez sumnje, pogodovala sama konkurencija na svjetskom turističkom tržištu i razvoj kvalitetne ukupne i pojedinačne turističke ponude, koja je morala pratiti sve diferenciraniju turističku potražnju, nastalu na sve izraženijoj potrebi čovjeka za komunikacijom, prirodom, igrom te razvijanjem ličnosti, gdje sadržaji i programi kulture, nadahnuti autentičnim ambijentom i vrijednostima, sve više plijene i dolaze do zasebnog izražaja.

To nije nikakvo čudo ili pak privremena tendencija, nego jedna zakonitost u razvoju suvremenog čovjeka nastala u sve većem bogatstvu formi i standarda, i u svojevrsnom »ponoru« slobodnog vremena, u kojem upravo turizam predstavlja njegov najpotpuniji oblik doživljaja i rasonode, i to kako »one« kulturne, tako i zabavne i sportskorekreativne.

Iz svega rečenog proizlazi potreba za razvojem i povezivanjem kulture i turizma, kao korelativnog odnosa jedne međuzavisne, polivalentne i interdisciplinarne pojave suvremenog društva.

U turizmu razvijenih zemalja ovo »spajanje«, kao što smo naveli, već je u globalu i uglavnom »izvršeno« (što ne znači da se ne odvijaju još procesi kolizija i proturječja).

S druge strane primjeri iz jugoslavenskog turizma upućuju na zaključak da u tom smislu činimo prve ozbiljne organizacijske akcije i postupke, želeći i na taj način u globalu povećati i poboljšati ukupnu turističku ponudu i tzv. izvanpansionsku potrošnju. Kad ovo kažemo, to ne znači da i do sada nismo imali podosta dobrih i kvalitetnih primjera spoja kulture i turizma. Uz takve primjere, međutim, bilo je i štetnih komercijalizacija kulture za svrhe i potrebe turizma, što je devalviralo prave akcije i pravu izvornu suštinu ove veze. Čini nam se, naime, da ne griješimo ako ustvrdimo da kultura nije bila prezentirana i koncipirana u funkciji postizanja ekonomskih ciljeva i učinaka, odnosno da je tzv. ekonomska kultura ili ekonomika kulturnih djelatnosti bila duboko i neopravdano u zapečku.

Prava vrijednost kulture uvijek je naime bila žrtvovana trenutnim komercijalnim interesima momentalnog profita, zabo-

ravljajući pri tome na svu pogubnost takvog stava i orijentacije na dugi rok, bez obzira što se, iznimno, mogu uvjetno prihvatiti razlozi i poneki programi zabavno-kulturne provenijencije koji imaju prerogative »masovne« kulture ili sadržaje izravno vezane na raznovrsni turistički auditorij koji je nedovoljno primjeren serioznoj kulturnoj prezentaciji. No, to onda treba biti izuzetak na kojeg trebamo svjesnom akcijom djelovati da se u procesu prevlada. Dijelimo mišljenje i zastupamo tezu da se svaki istinski kulturni čin ili kreacija te doživljaj spomeničkog razgledavanja može i treba verificirati i putem tzv. ekonomskog ili poslovnog učinka, posebice kad se ovaj etablira u supstancu turističkog događanja. U tom smislu na kulturu treba gledati kao na podlogu ili bazu određenoj proizvodnji ili usluzi, a ne kao potrošnju i neku »elitnu« potrebu uskog broja konzumenata.

No da se vratimo na pitanja funkcija kulture i turizma i na analizu njihova međuodnosa i mogućih kontroverzi na primjerima vezanim uz naš turizam, jer je nedvojbeno da je u tim odnosima počesto i podosta onog što je neprimjereno i negativno.

Naime, difuzija, nerazvijenost pa i izopćenost odnosa i stanja kulture i turizma u nas — što proizlazi ili iz dispariteta teorijsko-aplikativne paradigme ili iz nedovršenog »spajanja« te slabe stohastičke veze — uvjetuje mnogobrojne teškoće na polju kvalitetne suradnje i razvoja, te ima za svoju posljedicu sve izraženije bujanje i potencijalizacije negativnih i nepovoljnih premisa i pojava u oba svoja segmenta, kao i u njihovoj sintezi. Umjesto obogaćivanja odnosa, što je i tendencija razvijenog svijeta, često smo svjedoci »kratkih spojeva«, nekvalitetnih rješenja, improvizacija, komercijalizacija, ili, pak, samo relativno i djelomično dobrih postupaka i rezultata. Pravih rezultata, vrijednosti i napretka uistinu je malo, pa oni ni izdaleka ne prate pojedinačne i društvene mogućnosti nosilaca određene sredine ili organizacije.

Koliko je to za jedno društvo (u ovom slučaju naše) štetno, neka pokažu samo neki primjeri, koji u obliku fenomena oslikavaju suvremeni turizam. Ali prije toga, a radi potvrde teze, dat ćemo nekoliko opservacija iz »osobne karte« suvremenog turizma.

Suvremeni turizam je već danas stalna zakonitost našeg vremena; ona je imanentna kulturna potreba, koja sve više evoluirala u neophodno (da ne kažemo egzistencijalno) dobro; turizam je socijalna forma življenja i rekreacijska potreba suvremenog čovjeka; svi slojevi društva, a naročito i sve više srednji sloj, sudjeluju u turističkim kretanjima.<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Čovjek je odvajkada putovao i lutao. Poznata su nam tri tipa vječnih lutalica: *Ahasver* (Pilatov stražar ili Isusov postolar) koji luta bez nade u povratak; *Odi-*

Računa se da danas od 5 milijardi stanovnika naše planete više od 40 posto godišnje sudjeluje u stalnim povratnim turističkim kretanjima, te da je od toga broja više od 380 milijuna tzv. inozemnih turista. Samo ovi posljednji ostvaruju prihod od preko 150 milijardi USA dolara.<sup>4</sup>

Ovaj društveni fenomen prvenstveno se ističe (uza sve negativne elemente) po mnogobrojnosti svojih pozitivnih funkcija i karakteristika koje se odražavaju na privredne i društvene djelatnosti (o.p. vidjeti ekonomske ili privredne te društvene ili neekonomske turističke funkcije). Ove ga funkcije, već danas, u zemljama razvijenog svijeta, svrstavaju u jednu od najznačajnijih ekonomskih grana i pojava suvremenog čovječanstva, pa nema sumnje da njegovo vrijeme i pun zamah razvoja tek dolazi.

No, osim ovog djelovanja turizma u »postizanju ekonomskih ciljeva«, ne smijemo zaboraviti ni na njegovo »rekreacijsko« djelovanje i na značenje u sferi društvene aktivnosti, gdje izdvajamo utjecaj turizma na: postizanje viših životnih navika, razvijanje ličnosti, kulturnih navika i potreba, povećanje kulturnog i edukativnog stupnja (pa i stupnja informiranosti), jačanja zdravstvene, socijalne i političke funkcije, uklanjanja i smanjenja razlika između sela i grada, fizičkog i umnog posla, upoznavanje domovine i svijeta, razvijanje patriotizma, koegzistencije i međusobnog zbližavanja, socijalizacije ličnosti, razvijanja higijenskog standarda i urbano-ruralno-komunalnih djelatnosti i javnih službi, razvijanja potreba čuvanja i aktivne zaštite prirodnih i antropogenih vrijednosti, razvijanje kulturnih, zabavnih i sportsko-rekreativnih potreba i jačanja fizičkih i duhovnih kondicija, razvijanja turističke kulture emitivnog i receptivnog stanovništva te utjecaja na smanjenje svih negativnih i nepovoljnih funkcija i elemenata kod društvenih i ekonomskih, turističkih funkcija.

Radi svega toga postavlja se nezaobilazno pitanje: možemo li mi i koliko dugo na ovakva kretanja i tendencije biti relativno indiferentni ili pak zadovoljni sa činjenicom da npr. od svjetskog turističkog »kolača« (od 150 milijardi USA dolara) participiramo tek 2,5 milijarde USA dolara. Svakako, da ne. Ali to nije dovoljno izraziti kao fakat, već smislenom aktivnošću i prilagođenom po-

*sej* — koji luta i lutajući traži povratak rodnom kraju i *Eneja* — koji traži drugu domovinu. Suvremeno čovječanstvo, od sredine prošlog stoljeća upoznaje i turistu — »homo movensa« — »homo viatora«, koji privremeno boravi izvan domicila. Po njemu se i obilježava era masovnog turizma i masovnih migracija.

<sup>4</sup> Ove činjenice dobivaju još više na vrijednosti ako se suočimo s prisutnim i mogućim svjetskim kataklizmama (glad, bolest, militarizam, ekologija i inflacija), gdje, ističemo samo radi primjera: glad i bolest godišnje uzmu oko 50 milijuna žitelja, a dnevno umire oko 50 tisuća djece.

litikom razvoja raditi da ono što je želja ili deklaracija bude stvarna akcija i program. Da bi se to ostvarilo, treba jačati materijalnu osnovu, mijenjati turističku i društvenu klimu, prilagodavati instrumentarij, ali i djelovati na »drugom« planu, na planu razvijanja kulturne potrebe i kulturnog razvoja, razvijanja kulturnih institucionalnih formi i različitih osobnih inicijativa, prilagođavati kulturna sredstva i sadržaje prema turističkim potrebama emitivne sredine i turističkim nositeljima i razvijanjem turističkog inventara receptivnog miljea.

Ovo posljednje znači (a tu često ulazimo u greške) da turizam — a onda i kultura i turizam i obratno — nisu samo pravo, dar i privilegija receptivnog područja, već isto tako nužnost, potreba, želja i interes područja odakle turista dolazi i gdje se formira i oblikuje turistička potražnja, tim više, jer ne postoje čisti »neturistički« ili čisti »turistički« krajevi i zemlje, bez obzira na razlike u broju, učestalosti, intenzitetu i oscilacijama prostornog i vremenskog turističkog obuhvata.

Sve ovo je tim urgentnije, jer uključivanje kulturološke komponente i kulturnog identiteta i vrijednosti u tržišnu zavisnost turističke potražnje i ponude, osim postojane kvalitete, daje dodatne i izdašne ekonomske učinke te različite koristi na individualnom i širem društvenom planu.

## 2. Pregled i sistematizacija sadržaja kulture i turizma

Pojmovno određenje i međuodnos te proturječja kulture i turizma dali su nam više nego jasnu potvrdu da je, poradi konzistentnosti problematike, potrebno utvrditi veze i odnose, dodirna područja, polja i prostore suradnje te pokušati nabrojiti i sistematizirati sva ona pozitivna, tj. skladna i negativna, odnosno nepovoljna obilježja i funkcije kulture i turizma, zbog daljnjeg teorijskog i empirijskog traganja za hipotezama i potvrđenim činjenicama te oblikovanju (kao konačan cilj) pojedinih sinteza, i to sve zbog višestruke koristi i smislenosti obaju fenomena.

To ćemo, za ovu priliku, učiniti pomoću tzv. povezanih »blok tema i sadržaja« od interesa za svestrano proučavanje, i to: putem *interdisciplinarnog* pristupa istraživanja turizma u svojim temeljnim sferama: antropologijskoj, sociokulturologijskoj, prostorno-prometnoj, psihologijskoj, ekologijskoj, organizacijskoj, institucionalnoj i posebice ekonomskoj — koja je zajednički nazivnik svim prethodnim, te *analitičko-kauzalno*, u dijeleu tzv. posebnih tema i sadržaja od interesa i potreba razvoja i kulture i turizma.

S tim u vezi, a za ove potrebe, naglašavamo i izdvajamo ove odnose, veze i moguća proturječja:

- turizam kao interakcija kulture i ličnosti,
- turista kao homo ludens i dokoličar,
- entiteti kulture i turizma,
- prirodne i antropogene vrijednosti u turizmu,
- turizam i odgoj svestrane humanističke i socijalističke ličnosti,
- razvijanje ličnosti i turizam,
- turizam kao sociokulturološki fenomen, svoje vrste i njegovo mjesto u okviru problematike slobodnih sredstava i slobodnog vremena,
- turistička kultura<sup>5</sup>
- uloga kulturne baštine u ostvarivanju kontinuiranog etnosa naroda,
- kulturni identitet i akulturacija u turizmu,
- turizam kao kulturološki fenomen,
- kultura-edukacija-humanitet-turizam,
- sociokulturne pojave u turizmu,
- kulturno razvojne pojave i turizam,
- turističko kultiviranje,
- turizam kao faktor razvoja istinskih kulturnih potreba,
- receptivna i emitivna kultura stanovništva u turizmu,
- kultura turističkih radnika,
- kulturni kontakti i ostvarivanje vrijednosti preko turističkih susreta,
- turizam kao »pasoš mira« i faktor internacionalizacije,
- turizam kao faktor susreta naroda i kultura,
- povezanost kulturnopovijesne i prirodne baštine u turizmu,
- kultura jezika u turizmu,
- etika u kulturi i turizmu,
- turistički hedonizam i turistička kultura,

---

<sup>5</sup> TURISTIČKA KULTURA je uži pojam od kulture i turizma. Ona je jedna od vrsta tzv. posebnih ili apliciranih kultura, kao što su npr. tehnička, fizička, zdravstvena, stambena, obrazovna, kultura slobodnog vremena, odgojna, sportska, radna, proizvodna uslužna, kazališna, glazbena, filmska, zabavna, institucionalna, masovna, elitna, ekonomska, opća i osobna kultura i tome slično. Ona je kultura putovanja i odmora izvan domicila, a temelji se na proučavanju urbane sociologije, kulturne antropologije, sociologije kulture, kulturne politike, turiz-

- masovna kultura i turizam,<sup>9</sup> paradigme i opasnosti od tzv. subkulture,
- živi strani jezici i turizam,
- animacija u turizmu, komunikacija s turistima,
- masovne priredbe u turizmu,
- utjecaj turizma na lokalnu kulturu,
- suveniri i autentične vrijednosti u turizmu,
- sociologija slobodnog vremena i sociologija turizma,
- o umjetničkoj baštini i kulturnoj povijesti pojedine sredine i njihovoj povezanosti s turizmom,
- kulturni i kulturnoturistički ambijent,
- kultura putovanja i odmora, tj. boravka,

ma, pedagogije, psihologije, organizacije slobodnog vremena te drugih disciplina. Nikica Kolumbić je (u Zborniku radova *Humanističke vrijednosti turizma*, Pedagoška akademija Zadar, 1977.) definira "kao dio opće kulture", pa kaže "da je to skup i stupanj navika, spoznaja i postupaka koji čovjeka osposobljavaju da vlada i da se snalazi u svim odnosima i pojavama koje nastaju i koje se nameću putovanjem, prihvaćanjem i boravkom u turističke svrhe". Po našem, turistička kultura je jedna od tzv. posebnih ili apliciranih kultura, koja sadržava elemente i vrijednosti subjektivne i objektivne kulture u sferi emitivnog i posebice receptivnog turizma ili turističkog područja. U turističkoj kulturi se — s jedne strane — susreću, osmišljavaju i kvalitetno spajaju različiti čovjekovi elementi i policaaji (navike, tradicije, motivi, spoznaje, tendencije), i — s druge strane — promoviraju i turistički valoriziraju ukupna i pojedinačna materijalna dobra kulturne baštine, prirodnog, prostornog, ekološkog te turističko-ugostiteljskog fundusa, sve u cilju zaštite, očuvanja, ovladavanja, razvijanja, planiranja, organizacije i gospodarenja ukupnih resursa u kulturi i turizmu. Turistička kultura se može i treba promatrati s tri razine i tri (među) odnosa:

— sociopsihološkopedagoškog (čovjek kao središte turističkog fenomena, njegove tradicije, navike, čuvstva, spoznaje, motivacije, tendencije i njegove ciljeve),

— edukativnog: da putem odgoja i obrazovanja tj. razvoja kadrova jača i obogaćuje svijest o ulozu subjektivnih činilaca u turizmu s humanističkog i ekonomskog aspekta, i to glede njegove uloge u turističkim kretanjima; kao turističkog rezidenta, turističkog radnika te receptivnog i emitivnog stanovništva određenog područja,

— organizacijsko-poslovno-ekonomskog (u cilju postizanja optimalne organizacije rada na programima kulture, zabave i sportske rekreacije te ostvarenja pozitivnih ekonomskih rezultata poslovanja). Razlikujemo inicijativnu ili emitivnu i receptivnu turističku kulturu (podjela po kriteriju turističkog područja ili kraja). Obje se manifestiraju dvojako u određenom kraju. Tako npr. receptivna turistička kultura razvija receptivne turističke potrebe i kulturne standarde i kvalitete u svom kraju, ali i oblike inicijativne turističke kulture i motivacije (npr. čežnja, navika i potreba za putovanjima).

<sup>9</sup> S obzirom na obilježja i tendencije turizma pitanjima masovne kulture i obrazovanju semiologa (stručnjaka za masovnu kulturu) treba posvetiti stalnu pažnju.

- oživljavanje seoskih miljea, naselja, urbanih jezgri i ostalih prirodnih i drugih resursa,
- prostorna i prometna komponenta u turizmu,
- ispitivanje kulturne motivacije turističkih kretanja,
- kulturni interes u turizmu,
- utjecaj iracionalnih faktora u turizmu,
- turistička sezona i kriminalitet
- potencijalizacija turističke patologije,
- turizam i organizacija kulturnog života,
- turizam kao faktor kulturne suradnje,
- kulturna i turistička politika,
- organizacijske forme kulture i njihova povezanost i uvjetovanost s turizmom,
- organizacija kulturnih sadržaja u turističkim organizacijama,
- stvaranje kulturnoturističkog ambijenta i formiranje turističkih mjesta određene sredine,
- organizacija kulturnih djelatnosti i turizam,
- značenje turističke kulture kod školske omladine,
- kultura i obrazovanje u funkciji turističkog razvoja,
- obrazovanje turističkih kadrova humanističke i kulturološke orijentacije,
- kultura-komunikologija-informacijski sustav-turizam,
- prihvat turista i organizacija dnevnih i prigodnih sadržaja,
- selektivne vrste turizma i selektivni programi,
- umjetničke radionice, izložbe, galerije i susreti umjetnika kao elementi kvalitetne turističke ponude,
- organizacija sportskih i zabavnih priredbi u turizmu,
- festivali i problemi »elitističkog« turizma,
- sajmovi i prigodne izložbe u turizmu,
- etnografski, folklorni i drugi sadržaji u turizmu,
- organizacija ekskurzija, izleta i putovanja,
- organizacija i pedagogizacija slobodnog vremena,
- »štedjeti — putovati — učiti«,
- teorija Sight seeinga u turizmu,
- turistički vodiči,
- društvena nadgradnja — kvartalne djelatnosti i turizam,
- društvene i ekonomske funkcije u turizmu,

- kultura kao faktor poboljšanja neinventivne turističke ponude,
- književni i umjetnički turistički vodiči,
- propagandna sredstva u turizmu i njihovi mediji,
- izdavačka djelatnost u turizmu,
- turizam kao faktor kulturne suradnje i razmjene u zemlji i inozemstvu,
- razmjena i prezentacija kulturnih i turističkih dobara s inozemstvom,
- institucionalni oblici organizacije turizma i kulture,
- zakonodavstveni aspekti turizma i kulture,
- kadrovi ili subjekti u turizmu (od njihove ruralne i urbane transformacije do tzv. turističkih ambasadora zemlje),
- turizam kao funkcija kulturnog razvoja zemlje,
- kultura kao faktor turističkog razvoja zemlje,
- kultura i turističke vrijednosti,
- kultura u ugostiteljstvu i hotelijerstvu i ostalim uslužnim djelatnostima važnim u turističkom promicanju,
- opasnost od »folklorizma« i sveopćih opasnosti od komercijalizacije autohtonih i tradicionalnih vrijednosti te kulturnih vrijednosti i dobara svjetske i nacionalne baštine,
- kultura, poslovnost i efikasnost turističkog gospodarenja,
- međuodnos kulture i ekonomike-ekonomije,
- turizam kao faktor oživljavanja i ekonomskog jačanja kulturne baštine,
- ekonomika — kultura — turizam,
- planiranje i zaštita te humanizacija prostora u turizmu,
- ekologija — zaštita čovjekove sredine i turizam,
- kultura — zaštita — higijena — turizam,
- od aktivne zaštite do turističke valorizacije,
- ravnoteža ekologije i ekonomike — imperativ turističkog razvoja,
- nacionalni parkovi, parkovi prirode i druge prirodne vrijednosti i njihova zaštita u turizmu.

Ovom popriličnom popisu treba pridodati one funkcije i elemente u turizmu koje prilikom praktične primjene i upotrebe te spletom različitih uzroka i utjecaja dobivaju (djelomično ili potpuno) negativna ili nepovoljna obilježja, na koja se, međutim, putem osmišljenog procesa i politike kulturnog i turističkog razvitka, može pozitivno djelovati, kako na njihovo smanjenje tako i na

samo ukidanje. Izdvajamo, ovdje, sljedeće negativne elemente i proturječja:

- površnost kulturnog obogaćivanja,
- psihosociološke osnove turizma kroz tri temeljne negativnosti:  
frustracija, poremećaji u sistemu vrijednosti i popuštanje socijalne kontrole,
- turizam kao faktor sve veće desocijalizacije čovjeka,
- socijalna distorzija domicilnog stanovništva,
- turizam razvija kult površnog življenja, putem težnje za lagodnim, bezbrižnim i neobaveznim životom,
- turizam inducira neplansku izgradnju, posebice izgradnju kuća za odmor na atraktivnim turističkim lokacijama,
- turizam izaziva pritisak na stambenu izgradnju, infrastrukturu, prijevoz, javne službe i druge usluge,
- u turizmu se množe razne patolojske, destruktivne i marginalne pojave (npr. snobizam, moda, oponašanje, kič, rentijerstvo, šverc deviza, brzo bogaćenje, jačaju statusni simboli, kultura se pokrada, pojavljuje se turistički kriminalitet i prostitucija, i to sve u svom potencijaliziranom obliku; raste buka, zagađenost okoliša...),
- turizam izaziva bujanje sezonskih i stalnih (u pravilu mehaničkih) aglomeracija,
- turizam izaziva razne devastacije i uzurpacije prostora te različitih prirodnih i antropogenih vrijednosti (npr. arheološki vandalizam),
- ljudski prostor pretvara se u mravinjak (okupacija prostora putem ekspanzivnih, agresivnih i destruktivnih oblika),
- kadrovi često puta bivaju neljubazni i konfliktni (isto kao i turisti i domaće stanovništvo),
- nastaje agresija kulturne unifikacije (od identiteta do kulturne internacionalizacije),
- jača s nepovoljnim konotacijama lokalpartikularizam ili kampanilizam,
- turizam sve više postaje opterećen i drugim devijantnim pojavama i ponašanjima,
- ekonomski efekti nanose štetu objektivnoj i subjektivnoj kulturi, uz ostalo jer turistička dokolica nije sociološki i psihološki istražena (proces opće komercijalizacije),

- turizam izaziva praktičizam, nanosi štetu kulturi te izaziva mnogobrojne opasnosti prostorno-ekološkijske naravi
- inducira prometne nesreće, razne bolesti, traume, različita depresivna stanja, izaziva politički i drugi terorizam, povećava opasnosti od požara i drugih elementarnih nepogoda, u njemu kulminira slatki život pijanstva, tučnjava, povećavaju se nehigijenski uvjeti života i usluživanja, javlja se demonstrativna potrošnja i nestašica roba, rastu cijene usluga i roba te slabi kvaliteta usluge, posebice u turističkoj sezoni.

### 3. O ulozi kadrova u kulturi i turizmu

„Turizam je više nego tehnika, on je umjetnost kulture, koja priziva neporedivoj baštini prirodnih ljepota, spomenika, umjetničkih djela, kao i klimi idealnoj za sve plodnije susrete u prijateljstvu i suradnji među ljudima.“  
(Izvod iz talijanskih novina za vrijeme Olimpijskih igara, Rim, 1960.)

Sve ovo navodimo kako bismo ukazali na nužnost i potrebu šire povezanosti kulture i turizma, ali i da spomenuto bude naš stalni memento da se sve ove negativnosti mogu ublažavati i liječiti samo svjesnom, organiziranom i kontinuiranom akcijom svih turističkih i društvenih segmenata određene sredine ili regije; da to bude stalna briga i zadatak svih nas u dotičnoj radnoj ili životnoj sredini, naše stalno okruženje i izazov u radu za poboljšanje postojećega.

Jer sav ovaj koloplet karakterističnog, zajedničkog, dvojnog, ali i proturječnog iz sfere kulture i turizma (i šire), bez obzira na njegove pozitivne ili negativne predznake, događa se na društvenoj pozornici pred mnogobrojnim i mnogoznačnim auditorijem, kao predstava koja traje i u koju su ugrađeni različiti mozaici naše duhovne, kreativne i reproduktivne svijesti i sposobnosti, znameniti tradicije i sadašnjosti, ali, ne smijemo zaboraviti, i mozaici importiranih vrijednosti različite provenijencije i razine. Segmenata je bezbroj po količini i po manifestaciji, a kvalitete nikada dovoljno i nikada s puno zadovoljstva.

Zadaci i dalje ostaju pred nama i s nama kao nedovršena priča i istina o susretu, simbiozi i koliziji onog »kulturnog« i »turističkog« — onog čovjekovog, što traje i izaziva, vuče dalje u nezvjesnost ili pak u spoznaju, dostignuće ili nadu.

I kao što u ovom našem vremenu industrijskih revolucija, postindustrijskog i informatičkog društva te općeg procesa komercijalizacije ljudskih vrijednosti i otuđenja,<sup>7</sup> mnoge humanis-

<sup>7</sup> O problematici otuđenja u knjizi Mislava Kukoča, *Usud otuđenja*, Hrvatsko filozofsko društvo, Zagreb, 1988.

tičke pojave i ljudske aktivnosti dobivaju »drugačija« — često negativna — obilježja, to i KULTURA (npr. po uzoru na folklor kad kao turizam nerijetko prelazi u »folklorizam«) može preći, utjecajem općih tendencija i subjektivnih faktora — u svoju negaciju i simplifikaciju i transformirati se u tzv. KULTURIZAM, dobivši tako »nove« nepoželjne atribute i supstance.

A upravo izraz ili kovanica *kultu r i z a m*, ako bolje pogledamo, splet je etimologijske srašćenosti kulture i turizma, što izgleda (a na osnovi svega ovog kazanog) nije »slučajno«, a zasigurno je indikativno.

Pred nama je — pred mnogim subjektivnim faktorima u kulturi i turizmu, a poglavito pred organizatorima i animatorima kulturnih djelatnosti — odgovoran zadatak, ali i latentna opasnost koja prijeti kao »Damaklov mač« da se to ne dogodi.

Nema sumnje da je najbolji lijek protiv takve zbilje te realnih tendencija i opasnosti, stalna, živa, profesionalna, stručno-znanstvena i osmišljena edukacija kadrova u kulturi i turizmu, kako ona na razini osnovnog tako i usmjerenog obrazovanja, srednjoškolske i posebice fakultetske profilacije. Takvog školstva i educiranja koje će na humanističkim zasadama i obzorjima, utemeljivati i graditi bolju društvenu i ekonomsku sadašnjost i budućnost.

Kakav je, međutim, naš školski sustav usmjerenog turističkog obrazovanja, poglavito onog šestog i sedmog stupnja?

On obrazuje samo kadrove ekonomske ili pak organizacijsko-tehnološke usmjerenosti. Ono humanističko i kulturološko ne postoji, tek se u posljednje vrijeme djelomično ugrađuje u pojedine predmete, u ovo prethodno.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Interesantno se ovdje osvrnuti na prve naše pokušaje u obrazovanju visokoškolskih kadrova tzv. humanističke (kulturološke) orijentacije. Sve što je u tom smislu učinjeno vezano je za zadarska iskustva na Pedagoškoj akademiji i Filozofskom fakultetu. Naime, od školske godine 1972/73. promoviran je didaktički model turističkog dvogodišnjeg studija humanističke orijentacije na Pedagoškoj akademiji u Zadru sa dva smjera — Turistička kultura i Selektivni turizam. Ovaj studij djelovao je do 1979/80, kada je osnovom novog Zakona o usmjerenom obrazovanju i utjecajem SIZ-a turističke grupacije »morao« kao »nepodobno dijete«, koje se ne uklapa u financiranje i nove tendencije prijelaza viših škola u fakultete, biti ukinut. Pošto se tadašnja Pedagoška akademija pripojila Filozofskom fakultetu, prišlo se razradi nove koncepcije četverogodišnjeg turističkog interdisciplinarnog studija humanističke usmjerenosti. Program je ponuđen, ali je zakonodavac smatrao da se »ova turističko-humanistička komponenta« može posredno studirati kao smjer Organizacija kulturnih djelatnosti, tj. kao četverogodišnji studij Sociologija-organizacija kulturnih djelatnosti. Ova studij (koji očito nije turistički, iako je imao turističke sadržaje) trajao je od 1981. do 1986. godine, a u prizmi turističkih potreba nije dao zadovoljavajuće rezultate. Paralelno s time, odlukom ZNV Filozofski fakultet ponovno daje nadležnim republičkim i drugim or-

To je tako, bez obzira što smo vidjeli, da za tzv. studij »turističkohumanističke provenijencije« postoji već izražena šira društvena potreba verificirana od najznačajnijih republičkih i regionalnih organa, suglasnost i podrška od privrednih subjekata u turizmu. Zato nema nikakve sumnje i upitnosti u otvaranju i organiziranju takvog studija u našoj zemlji i posebice u SR Hrvatskoj kao najturističijoj njenoj republici.

Takav studij trebalo bi organizirati svakako na jednom od humanističkodruštvenih fakulteta, a tu treba uvažavati zadarsko turističko i kulturološko iskustvo. No, da bi se ova koncepcija optimalizirala i prilagodila društvenim racionalnim gibanjima u visokoškolskoj djelatnosti, moglo bi se ići na tzv. interfakultetski studij između npr. zadarskog humanističkog fakulteta i jednog ili više turističkoekonomskih fakulteta u Republici (Opatija, Zagreb, Dubrovnik). Ovaj studij obrazovao bi kadrove turističkoekonomskog profila (npr. organizatore turističkih djelatnosti, turističke komunikatore, turističke animatore, turističke kulturologe, turističke pedagoge i tome slično — već prema tome koji bi naziv profila bio najprimjereniji).

Ovakav studij mogao bi se organizirati ili kao četverogodišnji studij turističko-kulturološko-humanističke usmjerenosti, ili kao specijalizacija (smjer) uz neki od postojećih humanističkodruštvenih studija (strani živi jezici, arheologija, povijest, povijest umjetnosti, sociologija, psihologija, pedagogija, slavistika i slično), koji bi trajao ili četiri godine (kao dvopredmetni) ili dvije godine — po uzoru na sadašnji smjer organizacija kulturnih djelatnosti — i mogao bi se tada zvati organizacija turističkih djelatnosti. Tako bi mnogi studenti, npr. živih stranih jezika, uz dodatni smjer kojeg mogu paralelno studirati, dobili i zasigurno relevantna znanja iz turizma, kako ona iz njegovih ekonomskih tako i društvenih funkcija. Koliko je to logično i nezaobilazno, neka nam posluži ponovno »zadarski primjer«. A on živo pokazuje da od do sada ukupno diplomiranih i zaposlenih profesora živih stranih jezika, u turizmu je zaposleno njih preko 50 posto. Sasvim je izvjesno da bi ovima (kao i onima drugih profila) bilo neophodno i tzv. turističko i turističkoekonomsko znanje, koje, međutim, danas ni pod kojim uvjetima ne mogu nigdje dobiti.

---

ganima koncept četverogodišnjeg interdisciplinarnog turističkog studija humanističko-kulturološke orijentacije (dobivši pri tom sve moguće pozitivne preporuke od državnih, društvenih i privrednih organa i organizacija u SR Hrvatskoj), ali i ovaj model — u eri racionalizacije fakultetske mreže — ne dobiva još ni do danas društvenu verifikaciju! Da zaključimo, jedino što je ostalo od gore spomenutog iskustva i profila je kolegij »Kultura i turizam« na smjeru ORGANIZATOR kulturnih djelatnosti (koji se studira uz neki od matičnih studija i kojeg mogu upisati završeni studenti društvenih fakulteta) u Rijeci i Zadru.

U takvoj situaciji, koja za turizam nije dovoljno poticajna, mogu se i s obrazovanjem putem predmeta »Kultura i turizam« — na postojećem smjeru Organizacija kulturnih djelatnosti u Zadru i Rijeci — postići početni koraci i bitna poboljšanja, realizirajući pri tom sljedeće ciljeve i zadatke:

- da se polaznici — studenti upoznaju s turizmom kao sociokulturološkom i ekonomskom kategorijom i fenomenom ovog stoljeća i s korelacijama kulture i turizma,
- da im se ukaže na interese i potrebe turista, te na mogućnosti ispitivanja i razvijanja kulturne potrebe,
- da se osposobe da u kulturnim sadržajima nalaze polazišta za organiziranje turističkih djelatnosti za turističku populaciju i obratno.

Sve što smo ovdje naveli, utemeljenjem i verifikacijom putem društvene prakse, postaje plodno tlo za konkretna pojedinačna i fundamentalna stručno-znanstvena istraživanja.<sup>9</sup> Ciljevi i zadaci su pri tom jasni i nedvosmisleni — s jedne strane razvijati kulturnu potrebu, čin i kreaciju, obogaćivati turističke poticaje i sadržaje, te, s druge strane, s obzirom na determiniranost, dihotomiju i moguće kolizije kulture i turizma, osmišljenim sredstvima i metodama, povećavati njihovu međuzavisnost i interakciju, sve to na dobrobit duhovnog i materijalnog u njihovim pojedinačnim i zajedničkim sferama. Jer nikada ne smijemo zaboraviti da su suprotnosti, nesuglasja i proturječja u kulturi i turizmu samo naličje njihove pojavnosti. Ono suštinsko i izvorno je u licu njihove pojedinačne i orkestralne pojavnosti, a to je činilac njihove funkcije i zadaće u razvoju društva u cjelini. U obje pojave treba vjerovati i s njima graditi bolje čovjekovo sutra.

To su, nema sumnje, moguće i realne paradigme za plaidoyer istinskog spoja kulture i turizma, kulture i turizma u svojim izvornim entitetima. Time će dobiti i kultura i turizam, odnosno svi mi, njihovi davaoci i korisnici. Nema sumnje da su i kultura i turizam već umnogome postali nerazdvojivi dijelovi našeg standarda.

<sup>9</sup> Inače o pitanjima Kulture i turizma do sada postoji prilično skromna bibliografija u nas. Izdvojili bi ovdje sljedeće radove i izdanja: *Časopis Dubrovnik* broj 3/70. (D. Alfier, S. Marković, A. Šoljan, A. Kobašić, ...), Zbornik radova *Humanističke vrijednosti turizma*, Pedagoška akademija Zadar, 1977. (D. Alfier, N. Kolumbić, O. Mandić, Ž. Laszlo, T. Hitrec, T. Sekelj, I. Antunac, ...), R. Ravkin: *Sociološki aspekti turističke kulture*, Pula, 1983, zatim: *Naše teme* 9/83, *Kultura*, 60—61/83, Treći kulturni skup »Alpe-Jadran« (Kultura i turizam), Brioni, 1986, te u posljednje vrijeme vrlo zapažena istraživanja Instituta za turizam iz Zagreba.

Jer duhovno lutanje Shakespearea u tezi: »Život je samo svijet što luta« upotpunjuje se sa suvremenim kretanjem modernih turističkih poslenika i čini jedinstvo htijenja, potrebe i uma, kao nove ljudske potrebe i stalne kvalitete življenja.

#### LITERATURA

Jost Krippendorf, *Putujuće čovječanstvo*, Liber i Institut za turizam, Zagreb, 1986.

Vlatko Jadrešić, »O nekim sociokulturološkim oznakama i kontroverzama našeg turizma«, *Radovi Filozofskog fakulteta u Zadru, Razdio filozofije, psihologije, sociologije i pedagogije* (3), Zadar, 1987.

Mislav Kukoč, *Usud otuđenja*, Hrvatsko filozofsko društvo, Zagreb, 1988.

*Humanističke vrijednosti turizma*, Zbornik radova, Pedagoška akademija u Zadru, 1977.

»Dubrovnik«, časopis, broj 3/70.

Radoslava Ravkin, *Sociološki aspekti turističke kulture*, Pula, 1983.

#### Vlatko Jadrešić: PLAIDOYER FOR CULTURE AND TOURISM

#### S u m m a r y

In this theoretical applicative plaidoyer, the author puts culture and tourism into mutual relation, i. e. culture in tourism and tourism in culture.

Pointing out the lack of relevant literature in this area, and analysing the fact that there is no expected merge of tourism and culture, the author warns and analysis at the same time many negative functions in that relation.

This paper, amongst other things concludes that examples of Yugoslav tourism are «full» of negative and unfavourable elements, especially when the inter-disciplinary aspects of tourism are analysed, which greatly diminishes the overall positive effects of this modern social and economic phenomenon.

The means to overcome these relations and the situation, are various. One of the most important is education and especially the education system via new humanistic, didactic model of studies, multi-disciplinary and inter-faculty organisation.

When dealing with the development of receptive and emitive tourist culture, these questions take on a much wider sphere of education and sensible activities, with the aim of getting planned economical effects, on the one side, and to preserve and develop the original creative and cultural artistic entities, on the other.