

Dr. VLATKO JADREŠIĆ, izvanredni profesor
Filozofski fakultet, Zadar, Sveučilište u Splitu, Hrvatska
Faculty of Philosophy, Zadar, University of Split, Croatia

UDK 338.48:316
Primljeno: 26.11.1999.
Pregledni rad

PROTURJEČJA I NEGATIVNE POJAVNOSTI U TURIZMU

Turizam, posebice masovnih obilježja, u teoriji i praktičnoj primjeni, uz prevladavajuće pozitivne elemente i pojavnosti, sve više poprima i one suprotne - proturječne i negativne.

U radu se potanko i sistematično elaboriraju sve pozitivne i negativno-nepovoljne društvene i ekonomske funkcije turizma, rasvjetljava njegova uzročno-posljedična povezanost, te njegove proturječne, konfliktne, tj. negativne elemente i manifestacije.

U tom smislu vrši se teorijska klasifikacija (pokrijepljena s inozemnom i domaćom literaturom i vlastitim doprinosima) svih proturječno-negativnih funkcija i pojavnosti kroz 3 međusobno uvjetovane sfere: (1) sociokulturnu, (2) prostornoekološku i (3) ekonomsko-organizacijsku.

Koristeći se socioekonomskom metodom istraživanja, autor nabraja i dokazuje uvjetovanost, stalnost i sve veću potencijalizaciju proturječnih, konfliktnih i kriznih procesa s kojim se turizam na sadašnjem stupnju razvoja sve više suočava.

U zaključku istraživanja sugeriraju se moguća i poželjna rješenja koja bi osigurala opstojnost i perspektivnost turizma, izdvajajući u tom smislu: ulogu ljudskog čimbenika, potrebu oplemenjivanja i redizajna masovnog turizma i naročito sve nužniju novu orijentaciju na SELEKTIVNI turizam ili turizam održivog razvitka.

Ključne riječi: turizam, masovni turizam, unificiranost, proturječja, konflikti i negativne pojavnosti, pozitivne i negativne društvene i ekonomske funkcije.

UVOD U PROBLEM

Turizam, posebice masovnog obilježja, u teoriji i praktičnoj primjeni, uz prevladavajuće pozitivne elemente i pojavnosti, sve više poprima i one suprotne - proturječne i negativne.

U radu se potanko i sistematično elaboriraju sve pozitivne i negativno-nepovoljne društvene i ekonomske funkcije turizma, rasvjetljava njegova uzročno-posljedična povezanost, te njegove proturječne, konfliktne, to jest negativne elemente i manifestacije.

U tom smislu vrši se teorijska klasifikacija (pokrijepljena s inozemnom i domaćom literaturom i vlastitim doprinosima autora) svih proturječno-negativnih

funkcija i pojavnosti kroz tri međusobno uvjetovane sfere: (1) sociokulturnu, (2) prostorno ekološku i (3) organizacijsko-ekonomsku.

Koristeći se socioekonomskom metodom istraživanja, autor nabraja i dokazuje uvjetovanost, stalnost i sve veću potencijalizaciju proturječnih, konfliktnih i kriznih procesa s kojim se turizam na sadašnjem stupnju razvoja sve više suočava.¹

U zaključku rada sugeriraju se moguća i poželjna rješenja koja bi osigurala opstojnost i perspektivnost turizma, izdvajajući u tom smislu: ulogu ljudskog čimbenika, potrebu oplemenjivanja i redizajna masovnog turizma i naročito sve nužniju novu orijentaciju na SELEKTIVNI turizam ili turizam ODRŽIVOG razvitka.²

Opći gospodarski razvoj sve većeg broja zemalja omogućava, putem sveopćeg bogatstva i raspodjele nacionalnog dohotka, izdvajanje većeg dijela realnog osobnog dohotka šireg kruga stanovništva za troškove i potrebe turističke dolokice i turističke potrošnje u cjelini. Raznovrsnija i kvalitetnija turistička potražnja i potrošnja izaziva i razvija turističku ponudu, naročito u tradicionalnim ali i novim receptivnim područjima. S druge strane, mnoge nerazvijene ili zemlje u razvoju, uostalom kao i srednje razvijene zemlje i područja, žele i putem turizma što prije razviti svoje nacionalne ekonomije.

Sve te pojavnosti i svi ti procesi uvjetuju i stvaraju snažnu turističku ponudu, koja, plasirajući "turističku uslugu", izravno utječe na turističku potražnju, stvarajući pritom snažnu konkurenciju i rast kvalitete turizma. U tako zaoštrenim tržišnim uvjetima, na svjetskom tržištu mogu egzistirati i uspjeti samo one zemlje i samo ona receptivna odredišta čija ponuda kvantitativno dostatna i kvalitativno raznovrsna i zanimljiva, a usto i uklopljena u okvire prosječnih cijena što vladaju na turističkom tržištu: ona ponuda koja zadovoljava sve suptilnije i sadržajnije motive turista, u širokoj skali od onih tradicijskih ("sunce i more"), do onih najkompleksnijih i najoriginalnijih, koje se sve više simboliziraju i prepoznaju kroz "doživljaj" i "dogadaaj" te izvorni znak kakvoće.

Slojevit i bogat mozaik socijalnog i ekonomskog bića turista, očito je, poput grčkog Boga Janusa, ima svoja dva odraza i svojstva, dva lica (lice i naličje), s jedne je strane veliki i prevladavajući broj njegovih pozitivnih, a s druge strane, sve više negativnih i konfliktnih obilježja, o kojima treba također sustavno i analitički promišljati.

Polazišta i teze ovog rada bazirana su stoga na analizi i sistematizaciji negativnih, to jest proturječnih i kriznih elemenata suvremenog masovnog turizma. Ona su uvodna istraživanja autora vezana uz znanstveni projekt Ministarstva znanosti i tehnologije RH "Socijalna i ekonomska proturječja hrvatskog turizma".

¹ Kada se govori o krizi turizma onda se ne misli na krizu rasta turističkog prometa, već na krizu kakvoće, identiteta i na pojavu sve većeg broja negativnih, konfliktnih i proturječnih njegovih sastavnica, na njegovu sve veću konfekcionarnost i unificiranost.

² Ovaj rad je sastavni dio istraživanja autora kojeg financira Ministarstvo znanosti i tehnologije Republike Hrvatske.

Kao voditelj Projekta na matrici socioekonomske analize i metode, evidentirat ću i klasificirat sve te proturječne i konfliktne pojavnosti, koje ću sljedećim istraživanjima sustavno i segmentirano, putem kvantitativnih i kvalitativnih pokazatelja i teza argumentirati i konkretizirati.

Da bi, s tim u svezi, zadovoljio ciljeve koji proizlaze iz općih i posebnih motrišta opredijelio sam se za sljedeću analitičku sistematizaciju i istraživačku strategiju masovnog turizma:

1. Temeljna pozitivna socijalno i ekonomska obilježja masovnog turizma.
2. Socijalno i ekonomska proturječja i konflikti masovnog turizma.

1. TEMELJNA POZITIVNA SOCIJALNA I EKONOMSKA OBILJEŽJA MASOVNOG TURIZMA

Po mnogobrojnim svojim obilježjima suvremeni masovni turizam jedna je od najsloženijih i najznačajnijih pojava suvremenog čovječanstva... Činioce, uzroke 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 masovni 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 određene uže teritorijalne cjeline.

Jedan od pionira suvremene turističke misli, Švicarac Kurt Krapf analizirajući njegovu polifunkcionalnost ističe: "U turizmu je ekonomski element zajednički pokazatelj psihološkog, sociološkog, kulturnog, geografskog i tehničkog", a poznati američki teoretičar Kershaw za turizam kaže slikovito da je "Turizam privreda svih privreda". No, s druge strane, naročito u posljednje vrijeme, veliki je broj definicija turizma koje svoje polazište i uporište imaju u njegovoj socijalnoj i u tom smislu sociološkoj i kulturološkoj sferi.

Za njega se kaže da je fenomen bogat različitim povezanim elementima koji se putem epi-fenomena i polivalentnosti pojavljuje mnogoznačno i uvjetovano kroz svoje društvene socijalne i ekonomske funkcije.

Društvene ili neekonomske su one koje zadovoljavaju čovjekovu potrebu za rekreacijom i doživljajem, koje oplemenjuju čovjeka turistu u sferi njegovih tjelesnih, duševnih i duhovnih potreba, elemenata i vrijednosti. Tu se radi o ovim funkcijama: zdravstvena, rekreativna, zabavna, kulturna, športska, vjerska, socio politička, edukativna, ekološka, komunikacijska, animacijska, etička, psihološka, pedagoška, antropološka, domoljubna,...

Ekonomske ili gospodarske funkcije su one koje ostvaruju ekonomske korisne učinke i ciljeve od interesa za pojedinca i zajednicu. To su: Funkcija platne bilance, razvoj nerazvijenih područja, tercijarizacije društva, multiplikativna, induktivna,

akceleratorivna, konverzacijska, kompenzacijska, propulzivna, funkcija zapošljavanja, prostorne redistribucije dohotka, funkcija intersektorske redistribucije dohotka i infrastrukturna funkcija.

Turizam je razvijenom i visoko razvijenom svijetu - u vrlo bliskoj budućnosti prva industrija svijeta,^{**} a ukupnom čovječanstvu stalna i zakonita biosocioantropološka i civilizacijsko-kulturološka potreba te jedan od najpotpunijih - oblika korištenja i organizacije slobodnog vremena. On je već danas snažan činilac revitalizacije čovjeka i njegove stalne i privremene životne sredine. Ostao je, međutim, značajno uniformiran i neuravnotežen u prizmi heterogenosti turističke potražnje i krutosti turističke ponude. Znakovito je sezonalan, litoralan i osjetljiv na prostor i druge "sindrome" današnje civilizacije post industrijskog društva i sve evidentnije globalizacije. Čovjek je u njemu temeljni i ishodišni agens i subjekt, vječni izazov i iskušenje koje ga bitno određuje, ali i kojemu sve manje služi i koji se sve manje "podređuje" njegovim potrebama. Sve to turizam čini slojevitim, individualiziranim, hirovitim, proturječnim, konfliktnim, osjetljivim i zavisnim o pojedinačnim i orkestralnim djelovanjima različitih iracionalnih i racionalnih motiva, koji ga kroz dvosmjerno kretanje i događanje: pokreću, formiraju, unapređuju, slabe, suprotstavljaju i do kraja potvrđuju.

Nastao i razvijao se u svekolikoj raznolikosti socijalnih sredina i mentaliteta, on je različit, prepoznatljiv po sociokulturnom obilježju, ali i stalnom gibanju, promjenama i mijenama. Njegovan je na nacionalnim i zavičajnim kulturama ali i na zasadama prijateljstva među ljudima i narodima. Preferira zajedništvo i globalizaciju. Akulturacija u njemu može biti i jeste označena pozitivnim i negativnim obilježjima i mogućnostima djelovanja.

Faktor je socijalizacije, ali i sve veće desocijalizacije i dehumanizacije ljudskih vrijednosti i pozitivnih tradicija. Postao je "ljudska blagodat, ali i sve veća pošašt i prokletstvo" (G. Young 1975). Ekonomski su efekti i učinci izraziti, stope rasta visoke i ponajviše. Kulturna i druga materijalna i duhovna dobra pretvorio je u pozitivne društvene i ekonomske vrijednosti. Prešao je fazu pune ekspanzije i uspona (već je gotovo svaki treći stanovnik turist) i uplovio u takozvanu zrelu dob, koju obilježava puna konkurencija i borba na turističkom tržištu zadovoljstva, atmosfere, iznenađenja, avanture, luksuza i doživljaja.

Nekada privilegija i luksuz, rezerviran samo za bogate, suvremeni masovni turizam danas vrlo uspješno "osvaja" sve kategorije stanovništva. Pedesetih godina počinje poprimati uistinu masovna, a onda i sve više uniformirana obilježja. Prema svojim karakteristikama nema niti će imati prolazni socijalno-ekonomski karakter. Daljnjim razvojem društva i njegove gospodarske moći, razvojem i narastanjem zasebno srednjeg sloja, razvoja per capita nacionalnog dohotka te sveopćih tendencija i procesa vezanih uz tercijarizaciju, kvartarizaciju i kvinarizaciju društva, stalno će se povećavati broj sudionika u turističkim kretanjima tako da će i dalje ostajati kao

^{**} To se razvidno vidi i kroz podatke Tourism highlights-a, glasila WTO-a za 1996. godinu. Iste godine registrirano je 592 milijuna ino-putovanja i ostvarena ukupna zarada od 423 milijardi dolara. Prednjačila je Europa i sljedeće zemlje svijeta: Francuska, SAD, Španjolska, Italija, Kina, V. Britanija, Mexico, Mađarska, Poljska, Kanada, itd.

pozitivno (ali i prijeteće) obilježje. Već je i danas, nema sumnje, postao najdinamičnija i najmasovnija društvena pojava naše mnogoljudne civilizacije, pa je masovnost turizma u isto vrijeme i najpozitivnije obilježje suvremenog turizma.

S jačanjem organizacijskih, poduzetničkih i poslovno marketinških formi, postaje, kako se često govori "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 (1983) u "parodiju potpune mobilizacije"!

Kako, međutim, s druge strane, suvremeni i razvijeni svijet sve više karakterizira potrošački mentalitet i sveopća komercijalizacija vrijednosti, što je sve rezultat prevladavajućih doktrina relativizma, utilitarizma; i hedonizma, to današnji turizam, kao svojevrzni "lakmus papir" društva poprima, uz pozitivna obilježja, i sve više ona s negativnim, nepovoljnim ili čak patologijskim predznacima. Iako ga u svojim namjerama i težnjama želimo što više afirmirati i graditi na humanističkim etičkim vrijednostima, on sve više i sve šire postaje svojevrzni generator negativnog, bolesnog i kriznog, svoja vlastita negacija. Od stalne komercijalizacije, reproduciranja (umjesto originala - surogat, umjesto kulturnog čina - kulturizacija) i "trošenja" brzo se profanira, degenerira, devastira i istroši. Da se to, međutim, ne bi događalo ili da bi se događalo što manje, potrebno je "ponešto" mijenjati i u njegovom organizacijskom ustroju, politici i strategiji razvoja, zakonodavnoj materiji i ciljevima dugoročnog društvenoekonomskeg i turističkog razvoja. U tom bi nas kontekstu inzistiranje samo na njegovoj ekonomskoj i deviznoj komponenti i važnosti vrlo brzo dovelo u slijepu ulicu i dvojbenu i opasnu situaciju. Strategija "dobit ili profit pod svaku cijenu", brzo bi pala na ispit i ostavila pustoš na prirodno-ekološkom i sociokulturnom polju. Sve to znači da ga treba razvijati i osmišljavati u svojoj dvojnosti: i kao ekonomsko sredstvo i kao civilizacijsku potrebu ali i humanističku perspektivu.

Tek će tako i tada u potpunosti moći premostiti sve otvorene ili latentne zamke, kušnje i karizme, sva proturječja i paradokse, počesta i sve izražajnija kataklizmička stanja i manifestacije, te tako krenuti u budućnost punu čovjekove nade i rezultata, u budućnost sadašnjosti i sadašnjost zbog budućnosti koja traje kao uvjerena perspektiva.

Jer i ovaj put treba naglasiti da se temeljna i uporišna točka tom novom pristupu krije u onoj poznatoj i priznatoj činjenici da je turizam prije svega aktivnost pomoću koje čovjek ostvaruje i unapređuje ljudske osobine općenito, osobine čovječnosti, humanosti, bilo u međuljudskim odnosima, bilo u pogledima i spoznajama pojedinaca, u njihovu odnosu prema svijetu i prema prirodi. Naime, vjekovni ideal humanizma koji ljudsku jedinku i ljudsku zajednicu čine sretnom i uvjerenom u dublje razloge svoga postojanja, jednim se dijelom ostvaruju i u sve intenzivnijim i poticajnijim turističkim kretanjima.

S druge strane, uz rast i oplemenjivanje svih pozitivnih društvenih i ekonomskih funkcija i obilježja suvremenog turizma koji je po svemu masovan ali i po svojoj strukturi sve kvalitetniji, u znanosti, struci i praksi treba promišljati i o svemu onome što se u zabrinjavajućem obliku pojavljuje u negativnom kontekstu, kroz njegova proturječja i mnogobrojne konflikte, i to zato da takvih pojava bude što manje, da se one dokidaju ili pretvaraju u različita pozitivna obilježja.

2. PROTURJEČJA, KONFLIKTI I NEGATIVNE POJAVNOSTI U TURIZMU

Kao što se vidi iz iznesenih teza, u takvoj paleti ciljeva i zadataka, koji teorijsko-planski nisu sporni, te činioca same realizacije, a kao posljedica razvojnog puta i procesa, dolazi do temeljnih i sudbonosnih proturječja nabujalog turističkog "pozitivnog" i "negativnog". Sve to: od slučaja do slučaja, od sadržaja do sadržaja, od regije do regije, od destinacije do destinacije i od zemlje do zemlje izaziva i producira različite kvantitativno kvalitativne refleksije, stanja i negativne posljedice. Tamo gdje se bolje ovladalo njegovim nemirnim, dinamičnim i proturječnim čuvstvima, tamo će biti i manje negativnih predznaka i kriznih obilježja za vlastiti razvoj. Drugim riječima, to znači da će društveno-ekonomski razvoj u tim sredinama biti u funkciji razvoja turizma, odnosno da će 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 standardne i klasične turističke potražnje, turističke rente ili instrumentarija vezanog za takozvane uvjete privređivanja, odnosno razne kreditno i monetarno-valutne podobnosti.

Jednostrani i forsirani turistički razvoj radi postizanja što većih ekonomskih rezultata, što je bilo temeljno obilježje u fazi USPONA masovnog, turizma, sve se negativnije odražava na njegovom društvenom, sociološkom, kulturnom i prostorno-ekološkom, pa onda i ekonomskom planu.³

Poznato je, naime, da se u turizmu upravo na najbolji način potvrđuje teorijska zakonitost da svaka pozitivna turistička funkcija nosi i izaziva u sebi klicu ili rezultat jedne ili više negativnih funkcija. Proturječja suvremenog turizma, s obzirom na njegovu interdisciplinarnost i društvenoeкономsku uvjetovanost, ponajbolje se mogu promatrati, dijagnosticirati i efikasno razrješavati: utvrđivanjem, analizom te sintezom uzroka i posljedica turizma u sferi dualnog i suprotstavljajućeg djelovanja njegovih (negativno-nepovoljnih) funkcija na (a) sociokulturološkom, (b) prostornoekološkom (c) ekonomsko-organizacijskom, i to sve kroz postojeće i one "nove" negativne, to jest proturječne i krizne elemente koji su u biću ili u manifestnim oblicima masovnog turizma.

³ Vrlo čvrsto i uvjerljivo doima se u tom smislu Lefebvreov slogan: "Turizam - razvijajući se - sam sebe uništava".

(a) U sociokulturološkoj sferi

Po svojim obilježima i manifestacijskim formama, turizam resocijalizira, ali i sve više se socijalizira. Nadasve dezalijenira, ali i sve očitije otuđuje.⁴ Turizam postaje čimbenikom sve izrazitije i sveobuhvatnije GLOBALIZACIJE (svijet je i pod utjecajem turizma sve više globalno selo), premda lako poprima i elemente i natruhe isključivosti, zatvorenosti, pa i elemente neokolonijalizma te različitih nacionalizama i supremacije (primjeri Prahla i Steineck, 1979.).

Nadalje. Bez obzira što turizam razvija autohtone vrijednosti kulture, on isto tako te pozitivne vrijednosti počesto narušava neprimjerenim prilagođavanjima i akulturacijama s onim kulturama koje u tom spajanju istoj kulturi ne daju novu kvalitetu i izraz, ali joj zato oduzimaju njezinu izvornost.

Poznato je također da turizam podiže kulturnu razinu i razvija turističku kulturu receptivnog i emitivnog stanovništva, zatim razvija turističke funkcije kulture, športa, zabave, a kultura, šport i zabava razvija pak sam turizam. Činjenica je, međutim, da turizam isto tako komercijalizira i degradira tu istu kulturu. U turizmu se često gubi kulturna motivacija, iskrivljava subjektivna i objektivna kultura, potencira nesklad i sukobi između turista, turističkih djelatnika i posebice lokalnog stanovništva. Na uštrb i pod kapom kulture ugrožavaju se dobra ljudske i kulturne baštine, a sve to zbog i u korist lažnog turističkog i komercijalno-poslovnog interesa.

Turizam preko položajne turističke rente te renta rijetkosti i blizine, kroz "brzo" bogaćenje i druge "pogodnosti", ugrožava duhovni i moralni dignitet čovjeka, smanjuje stupanj subjektivne kulture, stvara osjećaj nejednakosti i frustracija, pospješuje nepoželjne migracije - naročito emitivnog stanovništva.

Turizam izaziva diferencijacije između ljudi najčešće na krivim temeljima. Umnožava marginalne pojave, mentalitete i stvara marginalne pojedince, "lumpeproleterijat". Prava kulturna vrijednost i elitna kultura zamjenjuje se tzv. masovnom i subkulturom.

U turizmu buja kriminalitet, prostitucija, droga, pijanstvo i različite druge ovisnosti. Sve više prevladavaju iracionalni motivi: moda, mimikrija, snobizam, kič, lažne vrijednosti, ksenofobija, podložnost trendu,...

Turist sve manje putuje s karakterističnim i tradicijskim motom: "štedjeti - putovati - učiti", a sve više "da vidi i bude viđen", da kupuje, živi hedonistički, rasipnički, uzbudljivo, nepredvidljivo, bučno, mondenski i tome slično.

"Sveto" ime turist sve manje odlučuje o izboru putovanja i destinacije, o sadržaju usluge i itinerera, jer mu sve to u obliku "paket aranžmana" blagonaklono, uz

⁴ Jadrešić, V. (1998): Turizam kao čimbenik novih oblika alijenacije, u: Društvena istraživanja, Zagreb, Godina 7/35, broj 3, str. 447-461.

sve posljedice manipulacije njegove osobnosti, uz svu spretnost i konfencioniranost nuditouroperator - organizator putovanja.⁵

Čovjek se, zahvaljujući rastu standarda i razvoju društva i tehnologija, a onda i učestalosti i masovnosti turističkog prometa, pretvara od homo sapiensa i homo fabera, u homo ludensa i homo turistikusa, a ovaj opet u svojevrsnog pajaca homo ludensa i turistikusa.

Brza zarada i često nepravilna raspodjela dohotka, te ulaganje u statusne simbole modernog društva, gdje: što bolja vila, skupi automobil, jahta ili mali zrakoplov, postaje lažni prestižni mit, ali stvara i osobu koja kod nekog ima visoku statusnu i položajnu, dakle, lažnu vrijednost, bez obzira što takva osoba često počinje s određenom sredinom i manipulirati i vladati. Turisti sve više prijetu turizmu. Sve je više ljudi (zasad u velikoj manjini) koji dižu glas protiv turizma u kojem se sve intenzivnije kumuliraju razne negativnosti i konflikti. Masovni turizam posebice sve češće i sve više nanosi golemu štetu ne samo prirodnom nego i "ljudskom humanom" ambijentu i ozračju, kulturnom blagu, materijalnoj i subjektivnoj kulturi i umjetnosti, te se često kultura i folklor (primjerice) pretvaraju u svoju negativnost u "kulturizaciju" i "folklorizaciju". Masovni turizam često negativno utječe na demografska kretanja u litoralnim ili receptivnim područjima, jer izaziva migracije iz drugih emitivnih ili nerazvijenijih sredina, čime dolazi do prekomjernog i mehaničkog prirasta stanovništva, a da se pritom ne rješava ni socijalno-demografska ni materijalna osnova i slika te sredine.

Opća komercijalizacija turizma smanjuje njegovu socijalnu komponentu, apsolutno i relativno stavlja u drugi plan sve društvene ili socijalne funkcije i obilježja turizma koja su primarno u funkciji čovjeka privremenog posjetitelja. Sve se više gubi jedna od polaznih i temeljnih funkcija turizma socijalna funkcija, a time umanjuje i pravo čovjeka za plaćenim ("regresiranim") odmorom, za razvojem tzv. socijalnog i onda u tom smislu DOMAĆEG turizma. Takve i slične pojavnosti suzuju prostore za domaće radno aktivno i zaposleno stanovništvo, stvaraju se i umnožavaju razna nezadovoljstva i u krugu domaćeg-lokalnog stanovništva (primjerice gubitak socijalnog ugleda), gomilaju se razne latentne ili vidljive posljedice, kolebanja i stresovi na sveukupnu socijalnu sredinu i u emitivnom i u receptivnom okruženju.

(b) U prostornoekološkoj sferi

Masovne forme turizma - posebno kupališni, boravišni, auto-kamping, zimskoplaninsko-sportski te drugi njegovi oblici i vrste, za razliku od ponajvećeg dijela selektivnih vrsta, u različitim varijantama prostorne i vremenske koncentracije, limitacije 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, hotelskog ih drugog kapaciteta ili odredišta.

⁵ O masovnosti migracija u turizmu i problematici turističkih agencija pogledati: Vukonić, B. u: Turističke agencije, Školska knjiga, Zagreb, 1988. i drugim radovima.

Turistički razvoj objektivno izaziva demografsku napučenost i to počesto neautohtonog žiteljstva, a usto se broj žitelja i turista u određenom odredištu ljeti ili u sezoni značajno povećava. Sve to vrši udar i razne destrukcije na prostor, putem ranih devastacija prostora, bespravnog iskorištavanja kopnenog, vodenog ili zračnog dobra, kroz okupaciju prirodnih i infrastrukturnih vrijednosti ili njihovu spornu ili pak štetnu i lažnu privatizaciju.

Sva ta, kao i druga nepovoljna stanja i kolizije na prirodnu i društvenu okolinu rezultat su mnogobrojnih negativnih utjecaja i depresija na sociološkom i ekološkom polju izazvanih upravo samim turizmom. Suvremeni turizam masovne provenijencije, sličan je naime po utjecaju na prirodnu osnovu, ekstraktivnoj industriji, on je svojevrsni žderač i devastator prostora. On sve više zagađuje prirodni i antropogeni te životni ambijent, ponekad i ponegdje i do 50 posto ukupnog zagađivanja.

Turizam te ekološke posljedice na okoliš i životnu sredinu izaziva putem tzv. destruktivnih, ekspanzivnih, agresivnih, etabliranih, nehumanih (udar na "humanu" ekologiju) i drugih oblika utjecaja, i svi ti utjecaji se povećavaju po geometrijskoj progresiji.

Negativne ekološke reperkusije na prostor, manifestirane različitim oblicima utjecaja i djelovanja na kopno, zrak i vodene površine, i po broju učinaka dramatično se povećavaju. Došli smo u stanje da se ekološka ugroženost kao globalna posljedica i kataklizma mjeri s nedaćama i kataklizmama suvremenog proturječnog svijeta: s gladom, bolešću, ratom i inflacijom. Kulminacije su evidentne i upozoravajuće. Priroda nam prijeti smrću ne usporimo li njen neuravnotežen "hod po mukama" u kome se gubi prirodna ravnoteža i temeljno ugrožava zakonitost zaštite čovjekove sredine i ukupnog socijalnog i ekonomskog razvoja. Sadašnji snažan i turbulentan sveukupni razvoj čovječanstva temeljno je ugrozio zakon prirodnog i dmštvenog života i postulat: da čovjek treba služiti prirodi, a ne priroda čovjeku, a to je toliko postalo dramatično da se mogu "lako" ostvariti predviđanja ekologa i futurologa da će naša Planeta (ako se ovako nastavi) ekološki preživjeti još samo stotinu godina!⁶

(c) U organizacijskoj i ekonomskoj sferi

Sve veća masovnost turizma (a masovnost turizma je eminentno pozitivna činjenica), međutim, poznato je, izaziva i sve veću SEZONALNOST suvremenog turizma - njegovu najbolnju činjenicu, što je u isto vrijeme i temeljna proturječnost i negativnost turističkog fenomena.

U temeljne negativne i proturječne karakteristike masovnog turizma ulaze i ove njegove konstante: uniformiranost i unificiranost turističke ponude i prostorna limitiranost suvremenog turizma. Ove tri opće karakteristike masovnog turizma imaju

⁶ Jadrešić, V.(19): Ekološke osnove i aspekti turizma: u: Radovi, Filozofski fakultet Zadar, 1993/4, str. 25-36.

krucijalno značenje za sve druge proturječne i krizne (negativno nepovoljne) elemente turizma, posebice na sadašnjem stupnju njegova razvoja.

Od dijela "ostalih" posljedica izdvajamo ove pojavnosti i počeste manifestacije:

- neplansku izgradnju i urbanizaciju,
- izazivanje nesklada u razvoju ukupne i pojedinačne supra i infrastrukture.
- narušavanje autohtonosti urbane ili ruralne sredine,
- preferiranje izgradnje novih objekata, na uštrb sve potrebnije revitalizacije, intenzifikacije, inovacija i valorizacije postojeće materijalne osnove,
- i pored relativno duge tradicije razvoja i mnogih uspjeha koje je postigao u razdoblju od sredine prošlog stoljeća do danas, činjenica je da se suvremeni čovjek još nezna odmarati, da su discipline: organizacija i pedagogizacija slobodnog vremena, organizacija odmora, kultura putovanja i boravka na samom početku teorijskog i praktičkog optimuma i svekolike humanizacije i uspješne poslovnosti,
- slabi veze i izaziva nesuglasja unutar i između užih i širih interesa (lokalno stanovništvo najčešće ne utječe na odabir, odluku i tekuću ili poslovnu politiku pojedinih tvrtki, šire (lokalne i samoupravne vlasti) zajednice i države,
- stvara i izaziva pojavu i prisutnost lokalnog kampanilizma i lokalne zatvorenosti,
- utječe na oponašanje različitih tuđih primjera i neuspješnog prenošenja na vlastitu sredinu,
- množi pojavu "crnih bilanci" u prometu putnika i turista,
- inducira politički i drugi terorizam,
- povećava opasnost i izaziva požar i druge elementarne nepogode,
- uzrokuje buku, kulminaciju buke, galame, pijanstva, tučnjava, nehigijenskih uvjeta života i usluživanja, pojavu nestašica roba po asortimanu i dizajnu, i druge razne posljedice.

Nadalje, što se tiče visokih i priznatih pozitivnih funkcija i efekata takozvanih EKONOMSKIH ili gospodarskih funkcija, stoji s druge strane teza i istina da ONE, to jest turizam u cjelini izazivaju i generiraju također i ove negativne ekonomske posljedice: inflatorne tendencije, opći rast cijena, štetnosti od turistifikacije i monokulturnog razvoja područja i zemlje, napuštanja tradicijskih djelatnosti, pad kvalite te turističkih i ugostiteljskih i drugih usluga, rast špekulacija, šverca, rentijerstva, sezonske zaposlenosti, stvaranja "deficita" turističke i ukupne infrastrukture u korist suprapraksijskih kapaciteta, napuštanja radnih mjesta u drugim sektorima rada, stvaranja lažne i iskrivljene slike o lakom bogaćenju domaćeg stanovništva, pogubnog utjecaja turista (uvjetovanog turističkom i euforičnom i lakom potrošnjom) na domicilno stanovništvo da i ono troši iznad svojih realnih mogućnosti i stvarnih potreba (takozvana demonstrativna i ambijentalna potrošnja matičnog žiteljstva), pospješujc crni kliring i sivu ekonomiju,... Turistička izgradnja i valorizacija ili revitalizacija određenog prostora i lokaliteta društveno-ekonomski

impulsira razvoj, ali taj pozitivni trend i čin, primjerice na okoliš, ima sve moguće negativne reperkusije (kolizija i sukob interesa).

Turizam je značajan čimbenik zapošljavanja, a politika zapošljavanja i razvijanja općih društvenih odnosa u određenom odredištu mnogo je razumnija nego "suluda" trka, za rastom turističkog prometa i profita, ali i, nažalost - zapošljavanja od sezone do sezone, što izaziva socijalne i psihološke frustracije.

Turizam kao receptivna pojava inducira i ostvaruje pozamašna devizna i kunska sredstva, a s druge strane - kao emitivna aktivnost troši golema novčana sredstva za različite i sve izraženije turističke potrebe.

Razvoj turizma na razini zemlje ili njene regije, ako ima prioritete konotacije, usporava i osujećuje rast i razvoj drugih društvenih i privrednih djelatnosti, čak i onih koje su mu izravno komplementarne (npr: zapostavljanje poljoprivrede, prometa, trgovine, obrtništva, obiteljskog poduzetništva, tradicijskih obrta i tradicijske kulture, i tome slično).

Daljnje proturječje turizma očitava se u činjenici što je turistička privreda (po onoj sintagmi: "Turizam je bogati siromah") značajno akumulativna i rentabilna po takozvanoj društvenoj, a relativno niska po individualnoj rentabilnosti.

Masovni turizam izaziva također raznovrsne špekulacije na monetarno-kreditnom sustavu u pojedinim zemljama. Tu je, gledajući sa šireg motrišta, karakterističan odliv deviza iz društvenog u privatni sektor (bez obzira na ispravnost i logičnost tog procesa), odnosno kupovina deviza "na crno" i stvaranje nezakonitog privatnog kliringa - po modelu "šverc deviza kao sve učestaliji zanat".

Razvoj turizma, ponegdje i počesto, negativno djeluje na kvalitetu rasporeda i fluktuaciju radne snage. Difuzija plaća stvorena na raznim izvanzakonskim postupcima (primjerice putem tzv. paralelne ili sive ekonomije) odražava se negativno na produktivnost rada i uspješnost poslovanja primarnih sektora i poslova, čime se često gubi radno-stvaralački odnos prema profesiji i entuzijazmu u radu u drugim - neprivrednim sektorima, raznim amaterskim i sličnim udrugama, čije se, u pravilu, smanjuje društveni standard sredine. Proturječja, konflikti i sve veća kriza masovnog turizma proizlazi i iz različitih interesa i ciljeva emitivnih i receptivnih područja, iz temeljnih obilježja turističke potražnje i ponude: jedna je elastična, mobilna, lokalizirana, heterogena, premještena i demonstrativna, a druga pak neelastična, limitirana na prostor, unificirana i uvelike zavisna od situacije na svjetskim i nacionalnim tržištima.

Zahtjevi masovnog turizma, zbog različitih interesa, počesto ne mogu pratiti druge gospodarske i društvene djelatnosti. Problemi i suprotnosti nastaju često i na organizacijskom polju, kod planiranja radnog vremena, suradnje različitih i suprostavljenih činitelja, itd.

Problem organizacijskog ustroja naročito kod profitnih poduzeća od velike je važnosti pri postizanju optimalnih ekonomskih učinaka. Usklađenost svih

organizacijskih i poslovnih funkcija i efikasnost ljudskog faktora presudno utječu na ugled i položaj određenog ravnog subjekta na turističkom tržištu, za razliku od onih subjekata koji nemaju takav položaj što se onda negativno i otežavajuće odražava na ukupne poslovne rezultate takve tvrtke.

Sve te negativne pojavnosti rezultat su dvostrukog i međuzavisnog procesa: s jedne strane turizam ih izravno izaziva, stvara i pospješuje, i s druge strane, ostale društvene i ekonomske aktivnosti i djelatnosti umnožavaju iste pojavnosti u samoj turističkoj destinaciji i području, što znači "da jedne druge izazivaju i pohranjuju", pa je, stoga, još teže za njih ukupno (i posebice za turizam) iznalaziti točne dijagnoze i još teže pronalaziti prave putove i organizacijsko-provedbene programe za njihovo postupno i konačno razrješenje, to jest poboljšanje, smanjenje ili "dokidanje".

3. REZIME I ZAKLJUČNE PORUKE

Aktualizacijom i analizom proturječja i krize masovnog turizma htjeli smo ukazati na sve veće narastanje raznolikih negativnih i nepovoljnih pojavnosti u njegovoj osjetljivom i sve ranjivijem socijalnom i ekonomskom tkivu. Očito je, naime, da je masovni turizam, poslije dugog razdoblja ekspanzije i uspona, posebice u zadnja dva desetljeća postupno poprimao i ulazio u različita i sve veća proturječja, nagomilavao sve veći broj negativnosti i još više (u relativno kratkom vremenu) evidentno upadao i ulazio u sve veću i očitiju krizu, koja je, bez obzira na stalni rast prometa: kapaciteta i prihoda, bitno urušavala i umanjivala sva njegova nedvosmislena pozitivna obilježja, po čemu je prvenstveno društveno prepoznatljiv. Faze proturječja i krize koje su njegovi današnji sinonimi, u isto su vrijeme sve više (iako ne dovoljno) predmet i područje turističke teorije i prakse, sve u cilju trajanja i pronalaženja rješenja za njegovo oživljavanje i ozdravljenje.

Pokušavajući dati svoje doprinose u odgovoru na ta pitanja, smatramo da bi se isti trebali kretati u tri smjera promišljanja i zaključaka: (a) kroz razvoj i oslobađanje velikog i punog osobnog potencijala što se nalazi i skriva u svakom čovjeku te usmjeravanja istog u pravcu humanijeg-čovječnijeg turizma. Zato krizu masovnog turizma treba tražiti (i rješavati) u krizi međuljudskih odnosa, krizi ljudskih vrijednosti i postupaka, što je sve i kontinuirani proces i izazov; (b) u oplemenjivanju i redizajniranju postojećeg masovnog turizma; (c) u temeljnoj, postupnoj, odlučnoj i svestranoj orijentaciji i realizaciji ka novom SELEKTIVNOM⁷ ili ODRŽIVOM (PODRŽIVOM) turizmu, to jest ka turizmu održivog razvitka, zašto postoje sve pretpostavke i mogućnosti te višestruke prednosti i društveno-ekonomske potrebe, a što se sve više u turističkoj teoriji i životu turizma nazire, kreira i postiže.

⁷ Turizam selektivnog ili održivog razvitka, uz sve ono što znači pojmovno i semantički, ako se želi promotriti sa stajališta ekonomsko-poslovne koncepcije i strategije, za razliku od dosadašnjih (proizvodne, prodajno-komercijalne i marketing), u središte svoje poslovne filozofije postavlja čovjeka-turistu kao antropološko, sociokulturološko i potrošačko biće. To znači, za razliku od marketing koncepta koji se temelji na zadovoljavanju čovjeka-potrošača, da se ovdje čovjeka turistu želi zadovoljiti u jedinstvu njegovih duhovnih, duševnih i ekonomsko-tržišnih potreba.

LITERATURA

1. Cohen, E. (1979): A Penomenology of Tourist Experiences Sociology 13: 179-201.
2. Enzensberger, H. M. (1983): Jedna teorija turizma, Einzelheiten I. Frankfurt-Main, 1976.
3. Krippendorf, J. (1986): Putujuće čovječanstvo, Liber i Institut za turizam, Zagreb, prijevod.
4. Prah, H. W. i Steineck, A. (1979): Der Millionon Urlaub.
5. Young, G. (1975): Turizam-blagodat ili pošast, Dubrovnik br. 5/75.
6. Turner, L. i Ash, J. (1975): Zlatne horde-Internacionalni turizam i periferija zadovoljstva, London (prijevod), Zbornik br. 17/87. Treći program Radio Zagreba.
7. Alfier, D. (1994): Turizam-izbor radova, Institut za turizam, Zagreb.
8. Jilek, M.(1998): Putujuće čovječanstvo, časopis Playboy, hrvatsko izdanje, mjesec VII-VIII, Zagreb, str. 57-61.
9. Ivoš, E. (1998): Izazovi modernoj državi, Sveučilište u Splitu, Zadar.
10. Mihovilović, M.: Ekonomski i sociološki problemi turizma u Europi, Inozemni turisti u Jugoslaviji, izvještaji i studije, Institut za društvena istraživanja Sveučilišta u Zagrebu, 1976.
11. Carić, A.: Turistički kriminalitet na Makarskoj rivijeri (1988.) i Maloljetni učinoci turističkih krivičnih djela (1987.), Pravni fakultet Split.
12. Jadrešić, V.: "Masovnost" i "selektivnost" u hrvatskom turizmu, Radovi-razdio filozofije, psihologije, sociologije i pedagogije (14), God/Vol.37(14), Filozofski fakultet u Zadru, Zadar, 1999, str. 157-171.

Summary

CONTRADICTIONS AND NEGATIVE PHENOMENA IN TOURISM

Despite its dominant positive elements and phenomena, tourism (especially mass tourism) is increasingly experiencing the opposite side of the coin i.e. contradictory and negative elements, both in theory and in practice.

In this work, we give a detailed and systematic report on all the positive, as well as the negative and unfavourable social and economic functions of tourism. Light is shed on both the cause and effect relation in tourism and the negative, contradictory and conflicting elements and manifestations in tourism.

To this end, we have made a theoretical classification (based on foreign and domestic literature, as well as our own contributions) of all conflicting and negative functions and phenomena through 3 contingent spheres. These are: (1) the social and cultural domain, (2) the ecological domain and (3) the economic and organisational domain.

By applying a social and economic method of research, the author lists and corroborates the interdependence, constancy and growing potentiality of contradicting, conflicting and crisis processes which tourism, in its present level of development, is forced to deal with.

In conclusion to our research, we have proposed possible, favourable solutions which could secure the survival and long-term outlook of the tourism industry. These are: the role of the human factor, the need to enrich and redesign mass tourism and above all, the importance of the new orientation towards SELECTIVE tourism or tourism of continuous development.

Key words: *tourism, mass tourism, unification, contradictions, conflicts and negative phenomena, positive and negative social and economic functions.*