

Ratko R. Božović
Filozofski fakultet
Nikšić

KULTURA TURIZMA

THE CULTURE OF TOURISM

ABSTRACT: This paper regards the cultural significance and cultural meaning of tourism of specific social milieu under the sintagm „the culture of tourism“. At the same time, we aim at differentiating the concept of „the culture of tourism“ from „touristic culture“, stressing that the first concept delineates tourism as a cultural phenomenon, while the latter stands for specific segment of culture that is marked by tourism. Special place is devoted to cultural tourism, while important significance is given to the acculturation processes as forms of mutual contacts and intertwining of different cultures, the cultures of the guests and the cultures of the hosts, as well as to the mutual influences of the cultures of different types of tourists. Special importance is also given to the examination of tourism and travelling relation, having in mind that development of tourism is impossible without well prepared (well organized) travels.

Actualization of the issues of free time and tourism is also our aim, as here we operate with tourism as a specific form of use of free time.

Key words: tourism, culture of tourism, acculturation, touristic culture, free time, travel.

APSTRAKT: U radu se razmatra kulturni značaj i kulturno značenje turizma određene društvene sredine pod specifičnom sintagmom kao što je „kultura turizma“. Istovremeno se u radu nastoji razgraničiti pojam „kultura turizma“ od pojma „turistička kultura“, gdje se prvi pojam stavlja u funkciju označavanja turizma kao kulturnog fenomena, dok drugi pojam „turistička kultura“ predstavlja određeni segment kulture koji je turistički obilježen. U radu je posebno mjesto dato kulturnom turizmu. Pored toga, naročiti značaj daje se akulturacionim procesima kao oblicima međusobnih dodira i prožimanja različitih kultura, kultura gostiju i kulture domaćina, kao i međuticaji kultura raznih turista. Posebno mjesto dato je propitivanju relacije turizma i putovanja, u smislu da se razvoj turizma ne može zamisliti bez pripremljenih (dobro organizovanih) putovanja.

Aktualizuje se pitanje relacije slobodnog vremena i turizma, odnosno operiše se sa turizmom kao specifičnim oblikom korišćenja slobodnog vremena.

Ključne riječi: turizam, kultura turizma, akulturacija, turistička kultura, slobodno vrijeme, putovanje.

Turistička kultura i/ili kultura turizma

Sintagma *turistička kultura* — prvo na što nas upućuje jeste da je određena kultura turistički obilježena. Misli se, dakle, na određeni segment kulture koji je označen turistički, u smislu da, na neki način, predstavlja samo jednu, turistički obojenu kulturu. Druga sintagma *kultura turizma* označava turizam sa gledišta kulture, gdje turizam može biti, manje ili više, kulturno obojen, odnosno svaki turizam ima određenu (svoju) kulturu. Ta kultura nečega (u ovom slučaju turizma) predstavlja osobenu kulturu, posebno obilježenu (*označenu*) i time

i po tome prepoznatljivu. Ne radi se, dakle, o nekoj drugoj kulturi kao što je npr. kultura poljoprivrede, odnosno o kulturi bilo čega drugo do o kulturi turizma. U stvari, i u jednom i u drugom slučaju riječ je o kulturi koja se odnosi na turizam, samo što se razlika sastoji u tome da turistička kultura podrazumijeva područje davanja usluga sa lijepim (kulturnim) ophođenjem i izlaženjem u susret turističkim gostima na što prikladniji i njima prihvatljiviji način. Naime, radi se o uljudenom i kultivisanom odnosu turističke klijentele prema gostima, i to takvom da su turisti, poslije posjete ili odmora, puni hvale na provedeno vrijeme s obzirom na kvalitet turističke ponude i usluge. Zato nije slučajno što u turizmu, takoreći, postoji stalno odmjeravanje turista kakvo im je bilo odmaranje u određenom turističkom mjestu, kao i kako su se osjećali za vrijeme određene posjete nekom turističkom mjestu.

Kultura turizma je obuhvatniji pojam o turizmu, a još sa stanovišta kulture — temeljniji pojam od pojma *turistička kultura*. Naime, radi se o tome da *kultura turizma* obuhvata cjelinu turizma kao kulturne pojave određene vrste ili bar značajnu dimenziju turizma. Ne radi se samo o obliku manje-više ukusne i udobne turističke ponude ili usluge, niti samo o obliku tipične posjete radi upoznavanja odgovarajućih vrijednosti kulture (posebno kulturne baštine), određenog naroda ili zajednice, uopšte sredine, gdje se ide u kulturne pohode, tj. neku vrstu posjetilačkog turizma, koji se, inače, odvija u raznim periodima u toku godine. Kulturno-posjetilački turizam može se odigravati (obavljati) i u okviru drugih turističkih oblika, bilo da su ti oblici osobeno lične prirode, bilo da su društveno organizovani.

Kada je u pitanju kultura turizma, onda je nezaobilazno pitanje dodira (*akulturacije*) razlikovanih kultura, gdje između njih dolazi do međuticaja, interferencija. Simo Elaković ističe uticaj stranaca kao turista na domaće stanovništvo i *vice versa*. Naime, Elaković naglašava kako se tim uticajima prvo javlja trend ekonomske i političke zavisnosti, pa tek onda i kulturne zavisnosti. Kulturna zavisnost predstavlja, što dobro uočava Elaković, najsloženiji oblik podložnosti lokalnog stanovništva spoljašnjim uticajima. Tako će on istaći: „Premda ekonomska i politička ovisnost, u pravilu, prethode kulturnoj ovisnosti, drži se da je kulturna ovisnost najsloženiji oblik podložnosti lokalnog stanovništva vanjskim utjecajima, jer ova, putem interiorizacije vanjskih vrijednosti, obrazaca i normi ponašanja, prodire u najdublje slojeve svijesti i intimu stanovnika lokalne zajednice. Tako, izvana impregnirani super-ego spriječava, ili pak otežava i usporava uspostavljanje samopoštovanja, odnosno svijesti o vlastitoj vrijednosti i identitetu“ (S. Elaković, 2006: 155). Od turiste se, inače „ne zahteva da se prilagođava onoliko koliko je neophodno za stvarno uključivanje u život domaćinskog društva“ (D. Neš, 1983: 92). Protiv ovakve „privilegije“ neki se turisti čak bune, što može biti i jedan od razloga, kako kaže Denison Neš, što kulturniji putnici osjećaju pomiješanost zavisti i prezira prema svojim zemljacima turistima. No, ovdje je bitno to da se domaćini ipak trude da goste-turiste što bolje predusretnu, koliko god postoji sumnja u sve prethodne predračune šta se može dogoditi (bolje rečeno) ostvariti od svih tih planova (Ibid.).

Akulturacioni procesi znaju da idu do ekstremnog oblika asimilacije, te se tako mogu ostvarivati u rasponu između krajnjih ekstrema: prvog, dobrovoljno-hitajućeg prihvatanja vrijednosti drugog bilo sopstvenom posjetom drugima bilo posjetama tih drugih sebi i drugog, pripajanjem ili otvorenim asimilacionim zahvatima drugih čak na njihovoj teritoriji, a koji idu sve do gubljenja sopstvene autonomije i svog identiteta. Sve to pripada kulturi turizma, što, takođe, govori da je kultura turizma opšti i fundamentalni pojam koji se tiče turizma kao društvene pojave, kao uopšte dijela društvene zbilje.

Postoje neke tvrdnje koje se mogu „u najmanju ruku“ smatrati pretjeranim. Naime, radi se o tvrdnji Borislava Jovića, koji upražnjavanje turizma shvata kao način života, kao najizrazitijom kulturnom potrebom savremenog čovjeka. Dakle, baš onako kako mnogi istraživači kulture shvataju i tumače pojam kulture. Preko turizma vrše se, prema B. Joviću, oblici homogenizacije kulture u savremenom svijetu. A ta funkcija ostvaruje se preko vrhunskih djela nacionalne kulture (B. Jović, 1983: 276). Za što on izvodi zaključak da zemlje koje ne plasiraju svoje vrhunske vrijednosti kulture, ne mogu pretendovati na razvoj turizma, te se, prema tome, ne mogu ni smatrati turističkim. Inače, B. Jović simplifikovano izjednačava turizam sa dokoličarstvom, a dokoličarstvo sa dokolicom.

Kada je riječ o kulturi u turizmu, onda je nezaobilazno pitanje javljanja akulturacionih procesa, gdje dolazi do međusobnih uticaja kulture turista i kulture domaćina, pa i između kulture samih gostiju, odnosno turista međusobno koji predstavljaju različite kulture. „A turisti su najrasprostranjeniji predstavnici drugih kultura“, kaže Teron Nunjes (T. Nunjes 1983: 101). Ako se tome još doda, kako T. Nunjes tvrdi, da su manje mogućnosti uticaja domaćina na turiste, nego obrnuto — samih turista na domaće stanovništvo koje daje razne turističke usluge. Prema tome, turisti nijesu samo slučajni posjetioci turističkih mjesta.

Hans Magnus Encensberger veoma interesantno razmatra kulturu turizma i to preko putovanja s ciljem razgledanja kulturno-istorijskih znamenitosti. Pored upoznavanja znamenitosti, u sami cilj putovanja utkan je i socijalni prestiž. Kalkulacija cijene robe kao što je putovanje, zna se i te kako maskirati u sredstvo za bijeg iz začarenog svijeta robe, čije će značenje igrati „ubuduće mjero-davnu ulogu“. Isto kao što marka parfema podiže njegovu cijenu, tako ime cilja konstituiše cijenu putovanja, da bi povratak kući predstavljao posljednju fazu programa turističkog putovanja, što „samog turistu pretvara u znamenitost“ (H. M. Encensberger, 1983: 27). Inače, poznata je činjenica koju ističe H. M. Encensberger, da je u današnje vrijeme potražnja za znamenitostima mnogo veća nego što je to njihova ponuda, „znamenitost, najzad, nalazi svoju pravu meru u apstrakciji u kojoj, oslobođena svih kontingencija, postaje turistički apsolut“ (Ibid., 24). Te znamenitosti obično su stacionirane („pohranjene“) u muzejima ili zoološkim vrtovima i time spasavaju ljudski rod od zaborava nekih povijesnih vrijednosti. To je osnova za razvoj kulturnog turizma, pa bio on usmjeren samo u tom pravcu, bilo kao dodatak za osmišljavanje odmaralačkog turizma (ljetovanja i zimovanja).

Kada je u pitanju historijsko-kulturni turizam, onda su prepoznatljive subjektivne kritike prema njemu, koje su, uz to, još romantične i poetske. Dvoje autora Luis Tarner i Džon Eš će upozoriti da je prisutnost masovnih turista u svetim mjestima svetogrđe, jer sputava razmišljanje o palim veličinama romantičnog i nabeđenog pesnika“ (A. Tarner i Dž. Eš, 1983: 67). Ali, kako god bilo, opet faktički „nikog nije lakše izvrgnuti ruglu nego turistu suočenog sa *pravom kulturom*“ (Ibid.). Zaista, nije rijetka pojava takvog poražavajućeg suočavanja kada turista, da tako kažemo, bez daha stoji pred izazovima vrhunskih arhitektonskih djela ili sluša izuzetnu simfonijsku kompoziciju, stoji pred vrijednom umjetničkom slikom ili skulpturom. Time se naprosto javlja oblik nasilja ne samo turista prema vrijednostima umjetničkih djela, nego i obrnuti proces nasilja kulturnih tvorevina (vrijednosti) nad samim turistima kada hoćemo, po svaku cijenu, da ih edukujemo i, takoreći, odjednom kultiviramo bez obzira na to koliko to predstavlja tipičan oblik usmjeravačke prinude nad turistima.

Turizam sa rekreativnom dimenzijom i kulturnim uzdizanjem stvara turistima i njihovim domaćinima pretpostavke drugačije od postojeće svakodnevne egzistencije, drugačije u pogledu boljeg kvaliteta života. Ako se kulturni razvoj turizma omasovi, to ne znači da automatski masovni kulturni turizam postaje, kako razmišlja Milena Dragičević-Šešić, jedan od vidova masovne kulture (M. Dragičević-Šešić, 1983: 172). Drugo pitanje odnosi se na isticanje značaja i određivanje značenja specifičnosti, ujedno raznovrsnosti kulturnih potreba u organizovanoj turističkoj ponudi, kako, inače M. Dragičević-Šešić i završava svoj rad: „Turistička ponuda moraće znatno više da uzima u obzir specifičnosti i raznovrsnost ljudskih kulturnih potreba i da prema njima usmerava svoje programe, te da traži nove načine u izvođenju putovanja koje bi omogućili ljudima ostvarenje istinskog kulturnog doživljaja, a ne samo uniformisanje i saznavanje činjenica. [...] Tako bi turistička organizovana putovanja mogla da budu od daleko većeg značaja u kulturnom životu jednog društva utičući na širenje kulturnih vrednosti, razvijanje novih kulturnih potreba i zadovoljavanje postojećih“ (Ibid., 172–173).

Ukoliko se vrijednost turizma, pored ostalog, zasniva na rekreativnim i relaksacionim potrebama i na saznavanju vrijednosti kulture, utoliko će se više stvarati pretpostavke potpunijeg i smislenijeg zadovoljavanja, pa i razvijanja ljudskih potreba kao svojevrsne *kulture potreba*, a ne samo razvijanje jednog sektora ljudske egzistencije (R. R. Božović, 1991). U tome je sadržano pravo značenje *kulture turizma*, više nego *turističke kulture*. Zato, „kao svaka druga društvena pojava tako se i turizam na primjeren način može istraživati i proučavati jedino sa stajališta cjeline društvene proizvodnje čovjekovog života“ (S. Elaković, 1983: 130). U okviru te cjeline društvene proizvodnje ljudskog života određeno mjesto zauzima i *kultura turizma*, kao jedan od segmenata *načina života* ili, bolje rečeno, *kvaliteta života*, a koji opet nije nezavisan od te cjeline, kao što nije ni kulturni turizam ako ga uzimamo kao posebnu vrstu turizma u okviru opšteg pojma turizma.

Kao što se u oblasti turizma javljaju razne nedostatnosti, isto se tako „zna“ gubiti njegova kultura ili kulturna misija. Turizam, kao i sve ono što se odigrava oko njega, zna i te kako odisati razno-raznim kič-sadržajima. Kič-ukus naprosto je napadan u oblasti turizma, kao da je turizam *rodno mjesto* takvog ukusa. Razni su sadržaji i oblici masovne kulture u turizmu, a kroz koje prosijavaju elementi kiča, i to do mjere da dovode u pitanje opstanak same kulture turizma kao oblika osvježenja svakodnevnog ljudske egzistencije.

Turizam — izlet u kulturu (ne)poznatog

Turizam, u stvari, jeste istovremeno oblik opetovanog odlaska u „već viđeno“, poznato, ali i oblik avanturističkog osvajanja nepoznatog (za sebe novog). I jedan i drugi oblik, istina više izlet u nepoznato, jednostavno podliježu akulturacionom procesu, tj. međusobnom djelovanju raznih kultura. Teron Nunjes govoreći o akulturacionim procesima, ističe razliku u pogledu nekadašnje pasivne uloge nerazvijenih u odnosu na razvijene kojima su podlijezali, jednostavno poprimali njihove uslove za „međusobnu saradnju“. Danas biva drugačije, prema T. Nunjesu, kada se naprosto traži da svako dâ svoje. „U zavisnosti od bogatstva zemlje, turizam se smatra jednim od puteva ka razvoju i modernizaciji“ (T. Nunjes, 1983: 102). Teron Nunjes iznosi „zanimljivu pojavu u ironičnom tonu“, a koja se ogleda u tome što su nove nacije ili sasvim tradicionalne kulture, da bi opstale i nastavile s održavanjem svojih kulturnih identiteta i integriteta u okviru svjetske ekonomske konkurencije, prinudene da privlače ili jednostavno pozivaju najuspješnije agente promjene i ekonomskog razvoja. Normalno, to se nije odnosilo na političke i vojne agenate da bi danas pozivali i njih (mlademale države sa eks-JU prostora), tj. agente koji su danas u eri globalizacije i te kako aktivni u savremenom svijetu. T. Nunjes ističe da, što se tiče kulture domaćina, ova vrsta inicijative uvodi novu vrijednost u tradicionalnu jednačinu akulturacije, da ne kažemo asimilacije (Ibid.).

„Putovanje se danas“, kaže F. R. Boselman, „tako često posmatra kao 'zabava' da bi se na poreklo reči *putovati* (travel) skoro potpuno zaboravilo. Ona potiče iz istog korena kao i reč *raditi* (travail) i, kroz najveći deo istorije, o putovanju se mislilo kao o tegobnom radu, kao što se u staroj arapskoj poslovice kaže da postoje tri oblika prokletstva: bolest, post i putovanje“ (F. R. Boselman, 1983: 256). Nije nimalo bezrazložno tumačiti postojanje istovjetnosti značenja izraza *putovati* i *raditi*, što proizilazi da su se putovanja sve od prastarih vremena pa do novog doba prevashodno odigravala na bazi traganja za uslovima egzistencije, nekada zbog golog opstanka, a nekada zbog luksuznijeg življenja. Prema tome, putovanje jeste odlazak u nepoznato, otkrivanje boljeg načina života od postojećeg. Uostalom, time se putovanje javlja kao svojevremena nužna djelatnost radi zadovoljavanja osnovnih ljudskih potreba. Veliko je pitanje da li je u pravu Ivo Andrić kada kod većine ljudi u putovanju vidi opterećenje, pa samim tim putovanja ne mogu pričinjavati zadovoljstvo slobodnom čovjeku. Potkrijepićemo ovu interpretaciju Andrićevog mišljenja njegovim originalnim tek-

stom: „Putovanja su za manje bila uvek teška i godinama bivaju sve teža. A sa čuđenjem primećujem da nisam ni u tome sam. Posmatrajući ljude oko sebe, vidim da je broj onih koji se na putovanju osjećaju izgubljeni — vrlo velik. Pa ipak, svi putujemo“ (I. Andrić, 1981: 91). Nije putovanjima bio naklonjen ni Pol Valeri, kako je inače, u svojim „Znakovima“, zabilježio Andrić (Ibid., 91). Još će Andrić ponoviti određene nepovoljnosti koje prate putovanje: „Putovati znači menjati brzo mesta, navike i ljude sa kojim se družiš, znači jače se naginjati nad ponor vremena. Od toga hvata čoveka smrtonosna vrtoglavica i zbog toga mnogi zaziru od putovanja“ (Ibid., 162). Izgleda da Andriću putovanja nijesu bila „pri srcu“. Vjerovatno su pravila poremećaj u vrijeme stvaralačke neobuzdanosti ovog velikog pisca i istovremeno intelektualca širokih vidika i uvida u svakodnevnu ljudsku egzistenciju. Tako mu putovanje dođe i kao izlet u već unaprijed izgubljeno vrijeme. No, opet nije baš tako! Možemo naći i nešto pozitivno u tim velikim, dugim i teškim putovanjima, a to je „da nas spasavaju od površnih sudova i jevtinih refleksija“, baš tom svojom dužinom i težinom (Ibid., 192). S razvojem saobraćajnih sredstava, većih i udobnih brodova te pojavom željeznice, stvaraju se mnogo pogodniji uslovi za putovanja, posebno sa razvojem turizma i s njim puta u (ne)poznato. Fred R. Boselman ističe mišljenje Danijela Burstina, koji je izjavio da je sa razvojem i usavršavanjem saobraćajnih sredstava došlo do odumiranja putnika a rađanja turista. Pitamo se zašto se sa tim uslovima javlja obilazeći turizam kada se rijetko „može desiti da sretnete nekog ko ne želi da vidi nove krajeve, upozna nova mesta i pobjegne od rutine svakodnevnice“ (Ibid.). U konstelaciji takvih odnosa najčešće se preferiraju ekskluzivna ljetovanja i zimovanja, gdje se javlja svojevrstni avanturističko-hedonistički turizam, posebno mladih. Ali, to ne znači da se iz tog oblika turizma apsolutno isključuju sredovječne pa i starije kategorije turista. Javlja se, u stvari, oblik opuštenog korišćenja slobodnog vremena, koji kod mnogih nije oslobođen od jednostavne popune tzv. „praznine“ svakodnevnice egzistencije. No, ta uživalačka strana odmaranja od svakodnevnih zategnutosti, zauzetosti i, na kraju krajeva, ozbiljnosti nije uvijek opuštenog karaktera, nego i te kako zna biti obavezujuće prenapregnuta razno-raznim tamo-amo stizanjima. Turista nije svega toga uvijek svjestan, pogotovu kada se kod njega pojavi realni napor pa i osjećaj „uživalačke suvišnosti“. U tome se, takođe, ogleda problem dosezanja zadatog, kada je u pitanju turizam kao izlet u nepoznato.

Turizam nije čvrsto strukturisana društvena pojava ili djelatnost. Šta se sve može uzimati pod pojmom „turizam“ nije jednostavno utvrditi. Isto tako veoma je teško identifikovati razne učesnike kao i oblike učestvovanja pri organizovanju turizma i njegovog privređivanja. Uostalom, postoje veoma raznorodni oblici turizma, kao i njihova međusobna pomiješanost, tako da ih nije moguće uvijek lako identifikovati.

Turizam je neraskidivo vezan sa putovanjima i to do mjere da skoro nema turizma bez određenog oblika putovanja. Ali, putovanja ipak ima i bez turizma. Putovanja su vezana, pored turizma, za niz drugih (skoro svih) ljudskih i uopšte društvenih djelatnosti. Javljaju se sve od nomadskih osvajanja novih prostora,

pa i nekih ranijih putovanja. U svoje vrijeme ratni pohodi su predstavljali osvajanje širokih i udaljenih prostora, što je opet podrazumijevalo, istina specifično, putovanje. Politička pregovaranja (posebno diplomatska) podrazumijevaju skoro neprekidna putovanja (stalne odlaske i dolaske). Turizam kao relativno „mlada djelatnost“ ili samodjelatnost; oblik privređivanja, ali i trošenja nerijetko raskalašnog (specifičnog oblika potrošačke kulture); slobodno ali i mukotrpno vrijeme, odvija se u putovanju ili s putovanjem. Turizam zna biti put u poznato, ali i te kako i put u nepoznato, kako po onome gdje se i zašto ide tako i po onome ispitivačkom nepoznatog kraja i nepoznate kulture, pa i nepoznatog načina uživanja u čarima prirodnog ambijenta predmetnog svijeta i/ili socijalno-kulturne atmosfere. U tome turizam poprima ljepotu neizvjesnog, naročito prijemčivu za mlade naraštaje.

Pored upoznavanja kulturnih vrijednosti, turističko putovanje ispunjeno je rekreacijom, čime predstavlja oblik opuštanja, ili, kako kažu njemački autori, *guest countries*, i to ne samo u pogledu sticanja ekonomskih prihoda nego i zbog toga „što na globalnom društvenom planu godišnji odmor predstavlja ventil preko koga se prazne frustracije uvjetovane klasnom podjelom društva. Stoga moderni masovni turizam, po njihovom mišljenju, služi stabiliziranju postojeće društvene moći i u *guest countries*. Očito je da se briga o odmoru, njegovo stimulisanje te razvoj industrije turizma javlja i u funkciji održavanja *status quo-a*“ (S. Elaković, 1983: 135–136).

„Putovanje“, reći će Hans Magnus Encensberger, „spada u najstarije i najopštije pojave ljudskog života; moguće ga je pratiti unatrag sve do mitskih davnina. Ljudi su uvek putovali; s kojim se pravom ono što zovemo turizmom može istorijski izolovati i kao nešto posebno izdvojiti iz korpusa onoga što je uvek postojalo?

Ljude je na putovanje uvek nagonila nužda, biološka ili privredna nužda. Ratne ekspedicije starih naroda nikada nije podsticala želja za putovanjem. Prvi ljudi koji su se po sopstvenoj logici uputili u daleki svet bili su trgovci“ (H. M. Encensberger, 1983: 15–16).

Ako turizam nije jedan od preteča putovanja, on je ipak u savremenom dobu masovna pojava, nasuprot tome što su sva putovanja u prošlosti bila prevashodno manjinska. U današnje vrijeme turizam je nezamisliv bez putovanja; čak se putovanje uključuje u turizam kao jedan od bitnih njegovih segmenata. Putovanje — bilo u poznato, bilo u nepoznato — često pričinjava atrakciju koja se dugo pamti. Zato, turizam naprosto traži razvijenu saobraćajnu mrežu kao i uopšte razvijenu komunikaciju. Nema, dakle, pravog turizma bez razvijene putne infrastrukture, niti bez osmišljene komunikacije sa turistima, kao i isto tako komunikacije turista međusobno. Danijel Burstin zabilježio je riječi izuzetne hvale putovanju od strane obrazovanog aristokrate, grofa de Bolneja, krajem XVIII vijeka, kada on, pored ostalog kaže: „Čitao sam i slušao da je putovanje najdelotvornija od svih metoda bogaćenja duha i formiranja suda“ (D. Burstin, 1983: 33).

Čuveni pjesnik, novelist i romanopisac, Herman Hese, razmišljajući o značaju i značenju putovanja za čovjeka, istaći će raznorodnost svrha raznih putovanja. Ono što je posebno interesantno za ovu temu, ujedno i priliku, jeste, pored isticanja luksuza pa i ne tako značajne važnosti kao i koristi od razno-raznih putovanja, jeste Heseovo isticanje funkcionalne uloge putovanja za ljudsku egzistenciju, tj. davanju oduška „umornim stanovnicima gradova“, koji putovanjem nemaju drugih pretenzija nego da se takoreći osvježe u prirodnom ambijentu. To će on onako pjesnički opisno vrednovati, kao što su prednosti morskog vazduha, plavetnila vode, obrisa obale, a što opet sve brzo nestane (H. Hese, 2002: 24–25). No, Hese ne vidi samo te prirodne prednosti putovanja (odlaska iz svakodnevnog prostora), nego i te kako uviđa značaj saznanja na putovanjima određenih povijesnih vrijednosti ljudskog roda (primjer renesansne Firence). Ali, Hese opet ne vidi neku trajniju vrijednost, niti od prirode niti od kulturnih vrijednosti prilikom putovanja (posjetilačkog turizma). „Priroda se pred noge baca tako malo kao i kultura i umjetnost i upravo od neukog čoveka iz grada zahteva beskrajno davanje pre nego što mu se razotkrije i preda“ (Ibid., 24). Prema tome, i one rijetke posjete kulturnih znamenitosti ne ostavljaju značajne utiske kod posjetilačke publike (raznorodnih turista). No, Hese će ipak unaprijed (pre)poručiti: „Poezija putovanja nije u odmoru od svakodnevnice, rada i ljutnje, nije u slučajnim susretima sa drugim ljudima i u posmatranju drugih slika. Ona se ne nalazi ni u zadovoljavanju radoznalosti. Ona je u doživljavanju, što znači u obogaćivanju, u organskom primanju novostečenog, u povećanju našeg razumevanja jedinstva u raznovrsnosti, velikog tkanja zemlje i čovečanstva, u ponovnom pronalaženju starih istina i zakona pod sasvim novim okolnostima“ (H. Hese, 2002: 19–20). Hese, u stvari, upozorava i eksplicite izražava svoje opredjeljenje da ga interesuje *ljepota putovanja*, a ne nerazboritost većine putnika.

Putovanje zna biti avantura u osvajanju nepoznatog, čak sa izraženim rizikom (kao što je planinarenje); osvajanje nečega što drugi to nijesu mogli, mnogi ni pokušali. Odvajkada su ljudi bili znatiželjni u osvajanju nepoznatog „još neviđenog“. Tako su organizovano a i neorganizovano putovali čak i u nezivjesno. Ovdje se ne radi samo o turističkom putovanju ili putovanju isključivo radi ljetovanja, nego, prije svega, o putovanju radi otkrivanja nepoznatog, jednostavno se radi o otkrivalačkom poslu. Ko to zna u koliko samo „ljudi leži“ jedan Vasko de Gama ili jedan Kristifor Kolumbo?! Ljudskoj znatiželji nikada kraja. Čovjek zna, posebno mladi, da bježi od kuće u neki drugi kraj, ambijent, odnosno da se nađe na nekom drugom (drugačijem) mjestu, ili mu se samo čini drugačijim. Obično se kaže da je veoma važno poznavanje drugih kultura, pa iako se dešava da se nedovoljno poznaje i svoja sopstvena kultura ili se precjenjuje ta ista svoja kultura, po čemu su Crnogorci „pravi majstori“. No, ipak su to više izuzeci nego pravilo, pogotovu zato što se drugo i drugi javljaju u našoj svijesti više kao nepoznanice, nego kao već poznato. Prema tome, koliko god je turizam naizgled već nešto poznato, on se opet nikada ne dešava bez onog otkrivalačkog (nepoznatog). Takođe, turizam skoro nikada nije isključen, bar minimalno, iz kulturacionih procesa. U turizmu, naročito u onom razvijenijem, ja-

vljaju se dodiri i međusobna prožimanja kultura, i to ne samo između kulture turista i kulture stalnih mještana nego i između veoma raznorodnih turista, i gdje, u stvari, dolazi istovremeno do međusobne komunikacije samih turista. Jednostavno rečeno, u turizmu nema jednog bez drugog. Uzmimo za primjer jezik koji se uči, spontano i organizovano od strane jednih i drugih, turističkih radnika (pa i mještana) i turista. Tako turistički put u nepoznato sve više postaje put u poznato.

Turizam, ma koje vrste bio, za turiste predstavlja jedno od najbolje (najkorisnije) provedenih slobodnih vremena. Turista je „u neku ruku“, po sebi, igrač. Ne zato što je igra prateća pojava angažovana od strane ugostitelja radi privlačenja turista, nego, inače, igra biva spontano upražnjavana pojava kod samih turista. Turista mu tako dođe, pored ostalog, kao neka vrsta *homo ludens*-a. U samom turizmu ima određenih oblika igre, a u vezi s tim pogotovu ko će bolje i više privući turističke klijentele i time uspješnije poslovati.

Posebno obilježje turizma (turističke atmosfere) postalo je organizovanje, iz godine u godinu, manifestacija kulture u ekskluzivnim turističko-kulturnim mjestima (gradovima), npr. kao što su *Dubrovačke ljetnje igre*, već sa bogatom tradicijom, kao i u posljednje vrijeme organizovanje manifestacija kulture u crnogorsko-primorskim gradovima (Budva, Kotor, Herceg Novi, Bar). Sveukupna organizacija tih manifestacija tijesno je povezana sa stalnim i intenzivnim putovanjima, i to tako da se može reći da nema pravih putovanja bez turističkih putovanja, kao što isto tako nema ni pravog turizma bez razno-raznih putovanja. U stvari, radi se o jednoj opštoj mobilizaciji turističkih putovanja, uopšte turističkoj mobilnosti. A u savremenom dobu razvile su se, do neslučenih razmjera, saobraćajne komunikacije, što je otvorilo mogućnosti da se turizam i putovanje neraskidivo povezuju. „Povoljni uslovi putovanja“, prema Denisonu Nešu, „čine da i bez pogodnosti za putovanje ne bi, normalno, bilo takve pokretljivosti, te, prema tome, ni turizma. U srednjem veku putnici su morali da se kreću po bednim putevima, prelaze nebrojene granice, plaćaju mnoge putarine, izdržavaju razbojničke prepade i pronalaze retka i neadekvatna prenoćišta“ (D. Neš, 1983: 87). Moderna sredstva saobraćaja „širokom su otvorila vrata“ novovjekovnim turističkim putovanjima.

M. Boaje isticao je koliko je samo pojava željeznice proizvela rapidan porast posjete turističkim mjestima (M. Boyer, 1972: 134). Dodajmo još tome — šta su sve poslije željeznice učinili avio-saobraćaj i masovna ekspanzija automobilizma. Mogućnosti brzog putovanja između najudaljenijih krajeva plane te omogućavaju organizovana grupna putovanja, čime osvestranjuju oblike turističke djelatnosti. „Ovakva putovanja imaju neke prednosti koje se javno ne oglašavaju čak i ne priznaju. Ona, recimo, *smanjuju sukobe između turista i mogu stvoriti uslove za unutargrupnu solidarnost*. [...] Čini se da parovi (istog i različitog pola) i porodice predstavljaju dominantne organizacione oblike. One skupine koje imaju poteškoća u postizanju konsenzusa oko toga što će se videti, mogu u organizovanom putovanju naći rešenje svog problema“ (K. Dž. Smit, 1983: 190).

A Šuc pre naglašava naglost promjene čovjeka pri prelazu iz jedne stvarnosti u drugu, iz svakodnevnog života u turističku realnost, koju turista čak doživljava „šokantno“ kao da se radi o „biti ili ne biti (A. Schutz, 1971, I: 343–344). Naprotiv, svako turističko putovanje, turistička ugodnost i uživanje, nijesu neočekivane pojave, i po tome što se pripremaju da budu takvim kakve i jesu. U stvari, turistička ponuda predstavlja nešto što se duže gradi, pa ma kako se ostvarila u realnom životu turizma.

Zorica Tomić čudnovato klasifikuje, po određenim obilježjima, raznovrsne turiste, kao što su: impresionista, egzot, asimilovani turista, izgnanik, alegorista, razočarani putnik, putnik filozof, savremeni putnik. Za svakog od njih stoji kraći opis karakteristika, da bi savremenom turisti suprotstavila Todorovljev koncept idealnog turiste, od kojeg je ovaj „novi“ (savremeni) daleko, što se uklapa u savremeno doba *medijske kulture*. To „obavezuje na društvene standarde uživanja pa se putovanje ne preporučuje kao puko odmaranje od napora svakodnevnice, već zadobija formu 'vršenja radnje uživanja', predstavljajući neku vrstu kompromisanog odgovora na univerzalni imperativ permisivnog društva, utemeljenog na 'hedonističkom obrascu', da se uživa i bude uživan“ (Z. Tomić, 2008: 190). To uživanje proističe iz opšte opremljenosti i zavodljive uslužnosti i to do one mjere „da nema ništa da fali“, te je tako obasipanje želja udobnosti, kao i specifično korišćenje slobodnog vremena, gdje su i djeca zbrinuta tako da čovjek biva oslobođen od misli o svojoj djeci, a kamoli da je zauzet bilo kakvim nužnim obavezama.

Oblik organizovanog putovanja (i turizma) zasnovan je na *fantazmu bezbrižnosti* što je „ukalkulisan u cenu i u koji se promovise ne toliko koncept zaradenog i zasluženog odmora, koliko pravo na lenstvovanje. U izvesnom smislu *all inclusive* svoje korisnike tretira kao maloletne, budući da jednom uključeni u ovaj program više ni o čemu ne moraju da brinu, a ova uzbuđenja su unapred kontrolisana“ (Ibid., 194). Z. Tomić odmah potom, u utopističkom duhu, nastavlja: „štaviše, *all inclusive* realizuje svojevrstan koncept 'raja', ostvarenog komunizma u kojem je sve na raspolaganju, sve dostupno, besplatno i koncentrirano prema principu 'svakom prema potrebama'“ (Ibid.). U stvari, taj potrošački hedonizam prava je kvintesencija savremenog postindustrijskog društva. Sa pojavom informatičkog društva, posebno sa kompjuterizacijom, rekao bih i pojavom mobilne telefonije, nastupa era u kojoj će turizam poprimiti specifično značenje i istaći to značenje kao i značaj njegovog upražnjavanja u svakoj prilici ljudske svakodnevice. Organizovan oko, kako kaže Z. Tomić, ključnih elemenata upražnjavanog svakodnevlja: na jednoj strani oko istorije (spomenici), a na drugoj strani oko geografije (ljepota prirode), te šopinga (imperativ potrošnje) a i nezaobilaznog gastro-erotskog mamca (simbolička ponuda raja), — danas savremeni turizam sa modernim nomadima umjesto puške lovi fotografskim aparatom, kakvi su inače pasionirani fotografi modernog društva (A. de Botton, 2003). A sve to čini usred prirodnih kataklizmi kao što su: era planetarnih katastrofa, nepredvidljivi zemljotresi, zastrašujući uragani, opasne poplave, terorističke intervencije u sferi međunarodnog transporta ili najavljivanje pogibelji

koju danas imaju „ptice selice, pred ozbiljnim izazovom“ (Ibid., 195). I pored svih tih opasnih izazova što sobom i u ovoj oblasti (do)nosi današnja civilizacija, opet turizam grabi krupnim korakom i tako sve više zauzima prostor i pretvara ga u turističku atrakciju, koja donosi profit. Zato, nije slučajno ni to što se turizam ubrzanim korakom razvija i permanentno (do)nosi novine, a koje su često dovoljne ako uspješno prežive jednu ili dvije sezone.

Turizmu, dakle, odgovara brzina kao i promjene koje su, u stvari, svojevrsna adaptacija na nove uslove organizovanja i praktikovanja ove privredne grane, koja, uz prirodne uslove, zavisi od umješnog organizovanja turističke ponude, gdje razne kategorije pretplate predstavljaju odgovore na raznovrsne turističke ponude i usluge. Kada se turističko privređivanje oslanja uopšte na kulturu turizma, koja proističe iz dobro organizovane turističke ponude i usluge i još tome dodaju vrijednosti (tradicionalne i savremene) kulture zemlje turizma ili njene posebne sredine u kojoj se odvija turistička djelatnost, onda to pretpostavlja stvaranje potpunijih uslova za razvoj turizma uopšte, odnosno kulture turizma posebno.

Turizam uvijek pretpostavlja određenu kulturu, koja se očituje bar u ravni kulture usluga i uočljive pažnje prema gostima, i to tako da gost lako prepozna je da je uvijek domaćinu do njega stalo, jednostavno da od njega zavisi. Ako još turističko mjesto ili šire zemlja turizma posjeduju vrijednosti od kulturnog značenja i značaja, onda turizam tim više zadobija značenje *kultura turizma*.

Turizam i slobodno vrijeme

Turizam, koji se odigrava kao vrsta odmora, obično godišnjeg, i to odmora od raznih problema kao što su: napetost života, čovjekova opšta zauzetost, svakojaka opterećenja u protekloj svakodnevnici, predstavlja, na određeni način, organizovano slobodno vrijeme. To je slobodno vrijeme koliko-toliko oslobađajuće, pa iako zna biti sa izvjesnom dozom prenapregnutosti. Turističko odmaraње je, prije svega, rekreativno na pravi način, (samo)organizovano kod raznih kategorija građana raznovrsnih profesionalnih djelatnosti, od neposrednih izvršilaca pa sve do osobenih stvaralaca i „bijesnih“ rukovodilaca. To je, na određeni način, „vrijeme ljekovito“, te se, prema tome, može smatrati nekim oblikom „slobodnog vremena“, ali opet ne bez podrazumijevane sumnje da to vrijeme može biti i (is)prazno vrijeme.

Francuski istraživač turizma Alen Loran istaći će, pored ostalog, neke probleme u vezi sa odmorom u današnjim urbano-industrijskim društvima: „Odmori tako često predstavljeni kao prostor-vreme slobode i razvitka, otuđeni su takoreći doslovno odvojeni od svoje suštine i onemogućeni da se u potpunosti ostvare. Izloženi delovanju urbano-industrijskog društva odmori samo u malo meri uspevaju da od tog istog društva uklone njegove slabosti ostavljajući ga istovremeno netaknutim“ (A. Loran, 1983: 284–285). A. Loran se inače zalaže za oslobođenje odmora, gdje treba prevazići ideologiju rasta a uspostaviti umjetnost življenja, tako da on eksplicite u tom pravcu i zaključuje svoj rad

(članak), kada kaže: „Međutim, ako naše društvo shvata da treba da prevaziđe ideologiju rasta i ako odluči da podstiče pojavu umetnosti življenja u kojoj se različiti delovi egzistencije neće više nadoknađivati u protivrečnostima već se kompletirati u ravnoteži, ne bi li trebalo već sada izabrati *oslobođenje godišnjih odmora*“ (Ibid, 295). Izgleda, Alen Loran hoće turističko odmaranje pa bilo ono ma kakvog oblika, ipak on opet ne ide dalje od rekreativnih oblika oslobađanja od svakodnevnih briga čovjekove egzistencije. Prema tome, to je djelić egzistencije neodvojiv od ukupne ljudske egzistencije.

Slobodan Vukićević u jednoj od svojih najnovijih knjiga — *Menadžment slobodnog vremena u turizmu*, pored ostalog, određuje značenje turizma kao putovanja radi zabave, zadovoljstva. On to značenje precizira: „*Turizam je u suštini putovanje radi zabave, zadovoljstva*. Turista putuje da bi prekoračio granice prostora u kojem stalno živi, da bi izašao iz prostora, ali i iz sebe kakav je u tom prostoru. Prema tome, turizam je vid ostvarivanja slobode“ (S. Vukićević, 2007: 48). Turizam (ili tačnije određeni turizam) jeste, pored ostalog, i to, ali i nešto više od toga, kao što je npr. bitan za ljudsko zdravlje (održavanje ili poboljšavanje) i još posebno bitan za saznavanje nepoznatog, kao što je osvajanje slobode daleko kompleksnije od tog cilja (turističkog uživanja). Zanimljivo je Vukićevićovo razmišljanje o odlasku turista ne samo iz spoljašnjeg prostora svog stalnog življenja nego i izlaska iz sebe samog napuštanjem svog prostora i odlaženjem u jedan oblik egzistencije drugačije od postojeće.

Organizovano odmaranje (ljetovanje ili zimovanje) podrazumijeva ujedno i organizovano putovanje. I ono nije samo izraženo u simboličko-ritualizovanom obliku nego, naprotiv, predstavlja i uzajamni izbor pojedinca i sredine kojoj pojedinac-turista pripada. Čovjeku kao pojedincu to putovanje dobro dođe u smislu da ostavi lične probleme i povjeri ih drugima (stručnjaku za turizam), što mu olakšava štednju vremena i novca. Pored toga, organizovani turizam oslobađa pojedinca od toga šta treba i u koje vrijeme („na vrijeme“) posjetiti, šta saznati i tome slično. U stvari, sve se odigrava u okviru povoljnih paketa aranžmana. Pored koristi i olakšica koja organizovana putovanja pružaju turistima i lokalnoj sredini, ona su takođe posebno važna za turističku industriju. Ketrin Dž. Smit to ističe kao značajne komponente za razvoj organizovanog turizma (K. Dž. Smit, 1983: 189–190). Ona vidi „svojstvo turističke industrije u celini organizovanih putovanja posebno“ i u tome što „stvaraju i primenjuju *socijalna ograničenja* (slobode kretanja) relativno fluidne populacije“ (Ibid., 190). Pored izloženih funkcija organizovanog turizma, on još služi *legitimizaciji dokolice*, koja, prema Smitovoj, predstavlja onaj oblik dokolice ili dijela slobodnog vremena koji daje prednost aktivnom ili obrazovanom načinu korišćenja slobodnog vremena“ (Ibid., 191). Smitova upozorava da je turista, prije svega, posmatrač a ne aktivni učesnik, te da su, prema tome, organizovana putovanja u obrazovnom pogledu, veoma rijetko podsticajna. U stvari, na putovanjima hoće da ostvare opipljivo koristan rezultat, koji ne mora imati materijalnu korist, nego se javlja kao oblik opravdanja (potvrde) za uspješno organizovano turističko putovanje.

Postoje i ona ekstremna tumačenja turističkog doživljaja koja su dominantna a ujedno međusobno suprotna stanovišta. Predstavnici prvog tumačenja, kao što to npr. čini Mek Kenel, tragaju za autentičnim, upoređujući turizam sa religioznim doživljajem, gdje turizam apsorbira neke od socijalnih funkcija religije (D. MacClannell, 1973: 589–590). Drugo stanovište potpuno je suprotno prvom, a pored ostalih, zastupa ga i D. Dž. Burstin, koji, u stvari, ističe da turisti daju prednost vlastitoj, privatnoj, bezbjedonosnoj „obmani“, da bi se prijatnije osjećali kada doživljavaju „pseudodogađanje“ (D. J. Boorstin, 1961).

S obzirom na postojanje raznovrsnih turističkih oblika, to se onda javlja i različito korišćenje slobodnog vremena, koje ide od aktivnog odmaranja i opuštenog razonođavanja sve do dokolice kao najpotpunijeg oblika slobodnog vremena. Ali, to korišćenje nije potpuno u svako vrijeme kakva je, inače, bila grčka dokolica, kao ukupno vrijeme slobode odnosno stvaralačkog djelanja subjekata dokolice. Ima tu Fridmanovog oslobođenog vremena, kao što isto tako ima i njegovog slobodnog vremena, tj. onakvog vremena kako ga on tumači, a što sve zavisi od toga kojem se obliku turizma radi, kao i od toga kako se u bilo kojem obliku čovjek ispoljava. U oblasti turizma ima različitih samoobavezujućih oblika upoznavanja nepoznatog, a kojima se posebno nameće obavezujući saznavni turizam koji spada u kulturni turizam.

Kada je riječ o turizmu i slobodnom vremenu, onda ne treba isključiti ni shvatanje običnog građanina sklonog da tumači turizam kao samodjelatnost pa i djelatnost koja se odigrava u slobodnom vremenu. Turističko vrijeme dakako je slobodno vrijeme, vrijeme otrgnuto od svakodnevnog otuđenog vremena pritisnutog razno-raznim neprilikama. Normalno, ima pretjerivanja koje se zasniva na „uslovnoj slobodi“ i, ipak, priličnoj autonomiji turista u odnosu na heteronomnu egzistenciju u velikom dijelu ukupne egzistencije ne baš tako slobodnih građana, kojima stalno visi nad glavom Damoklov mač raznih strogo obavezujućih ljudskih djelatnosti. U konstelaciji takvih odnosa i sama igra postaje neigra, ili „igra“ sa istinskom igrom čovjeka.

Kultura turizma, ipak

Razmatrajući revitalizaciju i restauraciju Budve (njenog Starog grada, kulturnog i turističkog jezgra) od posljedica zemljotresa 1979. godine, Sreten Vujović naglašava značaj i značenje baš tog Starog grada za kulturni turizam. Naime, Vujović će reći: „Tek u spoju prirodnih lepota sa lepotama civilizovane ljudske prirode treba tražiti ključ za uspešan društveni razvitak koji nije puki ekonomski rast. Može se očekivati da obnovljeni Stari grad, kao buduće kulturno žarište sa svojim muzejima, galerijama, koncertnim dvoranama, pozornicama, bibliotekom itd. bude mesto odakle će zračiti novi, plemeniti oblici provođenja dokolice i svakidašnjice uopšte“ (S. Vujović, 1990: 134). Dakle, kultura Budve, odnosno posebno njenog Starog grada i čitavog pokretnog kulturnog programa kao npr. što su „Grad teatar“ i „Trg pjesnika“, opet u Starom gradu, predstavlja kulturu u turizmu, što ne mora značiti i kulturu turizma, posebno

ako sagledamo šta se sve napadno i trivijalno nudi, te time zatura čak i zatire sve ono što je posebno vrijedno. Ozbiljno se postavlja krucijalno pitanje da li turističko vrijeme ili vrijeme provedeno turistički predstavlja istinsko slobodno vrijeme; *vrijeme dokolice zasigurno ne*.

Obnova starog grada Budve nije važna samo radi očuvanja povijesnih vrijednosti nego još više radi razvoja unosnog turizma i posebno onda kada se organizuje kulturni turizam. Turizam sa razvojnim trendom u Crnoj Gori (posebno u primorju) pokazuje nagli rast turističkih ekskluzivnih mjesta kao što je npr. Budva, koja je 1948–1981. godine skoro neprirodno rasla, tako da se opština više nego udvostručila, da bi gradsko naselje Budve poraslo čak više od šest puta. To govori da je razvoj turizma naglo mijenjao lice zemlje, ljude i njihove međusobne odnose. Sve se daje turizmu. Budva je najupečatljiviji primjer. Bez obzira na ogromni rast stanovništva, u Budvi dugo nije bilo srednje škole, da bi se već danas u njoj organizovalo univerzitetsko obrazovanje. Turizam nije u funkciji razvoja, nego obrnuto — razvoj u funkciji turizma, određenije rečeno u funkciji turističkog rasta. Taj nagli rast, često bez reda i plana, sa puno napadnog kiča, pretjerane gužve i napadnom, često bez mjere, uslugom. „Nova Budva — naselje van Starog grada — u posleratnom je periodu po broju stanovnika, privrednom značaju i prostornim mogućnostima prevazišla staru Budvu, ali Budva u celini bez Starog grada bila bi grad bez prošlosti, izgubila bi svoj istorijski kontinuitet, memoriju, svoju dušu: bila bi više urbanizovana palanka poput mnogih drugih, nego grad. O tome da bi izgubila najviše od svoje lepote, ne treba ni govoriti“ (Ibid., 119).

Kakva je kultura turizma — veoma je bitno kako u reprezentativnom pogledu tako i u pogledu svakodnevne prakse turističkog života. U okviru takvog odnosa kulture i turizma određuje se turizam, njegovo značenje, njegova bitna odlika kao organizacije i kao djelatnosti, te kao oblasti koja predstavlja specifičan segment ljudske egzistencije. Naime, turizam može biti manje ili više na određenom kulturnom nivou. Kao što postoji turizam različitih zemalja, pa i različitih društvenih zajednica u okviru globalnog društva, različito organizovanih, tako turizam može imati i različitu kulturu, različite fizionomije i posebno različite kvalitete. Sve to nije nezavisno od određenog kulturnog konteksta, niti od odgovarajućeg kulturnog nivoa. Inače, to pretpostavlja kulturu turizma, koja stvara uslove za bolje zadovoljavanje potreba turista.

Nema kvalitetnog turizma bez njegove smišljene organizacije u cilju zadovoljavanja, na prihvatljiv način, određenih potreba turista.

L i t e r a t u r a

- Andrić I. (1981), *Znakovi pored puta*, u: *Sabrana dela*, Knjiga šesnaesta, Dopunjeno izdanje, Udruženi izdavači: Prosveta — Beograd; Mladost — Zagreb; Svjetlost — Sarajevo; Državna založba Slovenije — Ljubljana; Mislal — Skopje; Pobjeda — Titograd.
- Boorstin, D. J. (1961), *The Image: A Guide to Pseudo — Events in America*, Harper Row, New York.
- Boselman, F. P. (1983), „Jedan vid omladinskog turizma u Amsterdamu“, *Kultura*, br. 60–61, Beograd.
- Botton, de A. (2003), *The Ovet of Travel*, Penguin Books, London.
- Božović, R. R. (1991), *Kultura potreba*, Drugo dopunjeno izdanje, Naučna knjiga Beograd.
- Boyer, M. (1972), *Le Tourism*, Ed du Senil, Paris.
- Burstin, D. (1983), „Od putnika do turiste — Izgubljeno umeće putovanja“, *Kultura*, br. 60–61, Beograd.
- Dragičević-Šešić, M. (1983), „Turističke potrebe kao kulturne potrebe“, *Kultura*, br. 60–61, Beograd.
- Elaković, S. (1983), „Turizam u funkciji moći ili emancipacije“, *Kultura*, br. 60–61, Beograd.
- Elaković, S. (2006), *Sociologija slobodnog vremena i turizma (Fragmenti kritike svakodnevlja)*, Treće izdanje, Centar za izdavačku delatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd.
- Encensberger, H. M. (1983), „Jedna teorija turizma“, *Kultura*, br. 60–61, Beograd.
- Hese, H. (2002), *Umetnost dokolice*, Alfa, Beograd.
- Jović, B. (1983), „Organizacija kulturnih delatnosti u turizmu“, *Kultura*, br. 60–61, Beograd.
- Loran, A. (1983), „Ka oslobođenim odmorima“, *Kultura*, br. 60–61, Beograd.
- MacCannell, D. (1973), „Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Fourist Settings“, *Amerc, J. of Sociology*, 79.
- Neš, D. (1983), „Turizam kao forma imperijalizma“, *Kultura*, br. 60–61, Beograd.
- Nunjes, T. (1983), „Turizam u antropološkoj perspektivi“, *Kultura*, br. 60–61, Beograd.
- Schutz, A. (1971), *Collected Papers*, Vol. I and II, Martinus Nijhoff, The Hague.
- Smit, K. Dž. (1983), „Organizovano putovanje (Samotna pustolovina)“, *Kultura*, br. 60–61, Beograd.
- Tarner, L., Dž. Eš (1983), „Politika sunčanog pojasa“, *Kultura*, br. 60–61, Beograd.
- Tomić, Z. (2008), *NEWS Age*, Službeni glasnik; Čigoja štampa, Beograd.
- Vujović, S. (1990), *Ljudi i gradovi*, Mediteran — Budva; Filozofski fakultet — Beograd.
- Vukićević, S. (2007), *Menadžment slobodnog vremena u turizmu*, CID, Podgorica.