

Interkulturalizam i turizam: nove dimenzije slobodnog vremena¹

Stjepan Jagić
Sveučilište u Zadru
Odjel za pedagogiju

Sažetak

U članku se analiziraju interkulturalno-pedagoška obilježja suvremenog turizma. Interkulturalizam karakterizira mnoga područja ljudskih djelatnosti. Jedno od njih je turizam, jer u turističkim aktivnostima sudjeluju svi: djeca, mladež, odrasli, starije osobe, ljudi različitih narodnosti, kultura, religija, svjetonazora, muškarci i žene. Turizam je, zbog brojnih sadržaja i aktivnosti, zbog više milijuna turista, zbog intenzivnih kontakata, suradnje i mnogih drugih obilježja, prvorazredni interkulturalni fenomen.

Suvremeni turizam, osim odmora, rekreacije, relaksacije i zabave, sve više predstavlja i mogućnost zadovoljenja želje i potrebe čovjeka za upoznavanjem, informiranjem i stjecanjem znanja o drugim ljudima, društvenim zajednicama, kulturama i sredinama, za uspostavljanje kontakata, dijaloga i ravnopravne suradnje te za unapređivanje međusobnog razumijevanja i zajedništva.

Sastavnice turizma sadržavaju osnovne pretpostavke za spoznavanje i definiranje njegove interkulturalne dimenzije. To su, ponajprije, kontakt, susret, dijalog, razmjena, uzajamno informiranje, razumijevanje i prihvaćanje. U temeljnom odnosu turizama, domaćin - gost, ostvaruje se svojevrsni dijalog kulturnih i nacionalnih identiteta. Svaki sudionik u kontaktu i razmjeni, predstavlja, zastupa i nudi svoju kulturu, što je interkulturalna komunikacija prvoga reda. Susret čovjeka s čovjekom najdragocjenija je odlika turizma.

Prema takvom poimanju turizma, turist, "osoba koja prelazi granicu", shvaća se kao interkulturalist ili promicatelj interkulturalizma, bez obzira na njegov odnos prema kulturi i interkulturalizmu.

Ključne riječi: kultura, interkulturalizam, turizam, slobodno vrijeme, turistička kultura.

1. Interkulturalizam

Suživot ljudi različitih rasa, vjera, kultura, s različitim interesima i potrebama, poticao je i izazivao različite probleme, a i dalje to čini. Trajni boravak ljudi u određenom geofizičkom prostoru nije dovoljna pretpostavka, uvjet za njihov suživot. Ljudska povijest, nažalost i sadašnjost, obiluje brojnim primjerima - različite su vjerske, etničke ili dru-

ge skupine često živjele jedne pokraj drugih, ali su ostale tuđe. Uzroci su osporavanje, netolerancija, nepoznavanje, nerazumijevanje i nepoštovanje ljudi i njihovih kultura te borba za općeljudska, etnička, kulturna, vjerska i druga prava.

Pojam interkulturalizma treba shvatiti kao jednakopravnu mogućnost svestranog razvoja svojega kulturnog identiteta, svoje kulture, a istodobno dati mogućnost i drugima da budu ravnopravni. To je

¹ Rad je predstavljen na Šestom susretu pedagoga Hrvatske, koji je pod nazivom "Interkulturalna pedagogija i obrazovne komunikacije" održan u Dubrovniku od 8. do 11. ožujka 2008.

vjerovanje u mogućnost zajedničkog suživota, bez nametanja, kulturne supremacije i, ponajprije, bez agresije.

Interkulturalizam ne znači statički skup kultura ili zamjenu jednog oblika mišljenja drugim, već mogućnost uspoređivanja različitih mišljenja, ideja, kultura na jednom prostoru. Potiče na razmišljanje o spoznajnim razlikama etničke, kulturne, religiozne, psihološke, duhovne prirode, o borbi protiv predrasuda, o mirnom suživotu među narodima i nacijama ili pojedincima i skupinama različitog podrijetla, o jednakim mogućnostima.

To je projekt koji omogućuje da se svaki čovjek, svaka skupina i cijela društvena zajednica, bila ona manjina ili većina, mogu osjećati jednakopravni. Pruža priliku pojedincima, manjinama i većini, potpunu afirmaciju, aktualizaciju. Življenje bi trebalo biti međusobno razumijevanje i poštovanje, sporazumijevanje i ravnopravna suradnja, jer smisao čovjeka ogleda se u humanosti. Prema tome, interkulturalizam pretpostavlja poznavanje i razumijevanje drugoga, ali i samog sebe, kao aktivnog sudionika u svim područjima života.

2. Turizam kao pojava i fenomen

Kada se s malo riječi pokušava opisati turizam, najčešće se rabe termini kojima se želi pokazati veličina te pojave. Govori se: "najveća migracijska pojava u povijesti", "najveća industrija svijeta", "totalni društveni fenomen" i sl. Naše je doba, smatraju mnogi, vrijeme tehničkog napretka, robotizacije i kompjutorizacije, ali i "doba turizma". Dragičević (1990, 65) ističe da je suvremeni turizam "dio povijesno ostvarenih društvenih i ekonomskih sloboda čovjeka. On je društvena, ekonomska, politička i kulturna činjenica suvremenog društva, totalni fenomen nerazdvojiv od psihe, navika i potreba pojedinca i naroda. Dio je tkiva nacionalnih privreda i politika, prostor suvremene ekonomske i kulturne globalizacije svijeta. Uvijek je povezan s funkcijom blagostanja, bilo da nastaje zbog blagostanja jednih ili donosi blagostanje drugima. Percepcije o turizmu su široke, funkcije višeznačne, a dimenzije, fizičke i financijske, su zapravo ono što o njemu pobuđuje najveći interes."

Turizam u cjelini, a posebno međunarodni turizam, ostavlja svoje upečatljive tragove u svim prostorima u kojima se odvija i na svim pravcima

kojima se turisti kreću. Budući da je to masovni fenomen modernoga društva, valja ga proučavati, ne samo s ekonomskoga, već i sa socijalnoga, političkoga, kulturnoga, međukulturnoga, ekološkoga, odgojno-obrazovnog i drugih stajališta. O turizmu raspravljaju mnogi - turistički teoretičari, stručnjaci i praktičari te znanstvenici i neznanstvenici.

Za neke je turizam način ugodnog provođenja slobodnog vremena, rekreacija, odmor, zabava, uživanje, bavljenje športom, liječenje. Za druge to su dodiri kultura, interkulturalno razumijevanje, interpersonalni odnosi, učenje, obrazovanje i promjena ponašanja, prilika za očuvanje mira u svijetu te bolje razumijevanje između ljudi i njihovih kultura. Za treće on je važna gospodarska grana i pokretač razvoja društva; potiče gospodarski rast i razvoj, razvoj prometa i izgradnju prometnica, međunarodnu podjelu rada, jamči veći i sigurniji proračun, veću zaposlenost, bolji standard i kvalitetu života. Za zaposlene turizam je profesionalna djelatnost i intenzivan rad koji treba osigurati zadovoljenje tuđih turističkih potreba i uživanje u slobodnom vremenu.

Bez obzira na to tko raspravlja i kakva su mu shvaćanja i mišljenja, svi se slažu da je čovjek temelj turizma. Kada se turizam promatra u cjelini, čovjek je uvijek u središtu turističkih kretanja, odnosno on je subjekt turizma. Ljudi putuju radi zadovoljavanja svojih potreba za odmorom i razonodom, radi upoznavanja drugih ljudi i njihovih krajeva i kulture, kako bi se duhovno i tjelesno obnovili. Jedni putuju da bi upoznali nepoznate krajeve i pejzaže, gradove i kulturne spomenike, drugi kako bi nešto kupili, treći da bi se zabavili i igrali, četvrti kako bi doživjeli nešto neobično ili novo, peti da bi bili viđeni itd.

Turizam utječe na ukupno ljudsko biće i na društveno okruženje jer, osim što zadovoljava biološke potrebe, on kultivira ponašanje i potiče spoznajnu znatiželju, povećava kulturu, smanjuje predrasude, razvija osobnost, poboljšava ekonomski standard stanovništva, modernizira svakodnevni život i utječe na mnoge druge društvene pojave.

3. Interkulturalizam i turizam

Važno mjesto i ulogu u suvremenom društvu turizam je dobio zahvaljujući mnogobrojnim pozitivnim funkcijama koje potiču zblizavanje ljudi,

međusobno upoznavanje i razmjenu postignuća civilizacija i kultura; odnosno ima važnu ulogu u borbi za međunarodnu integraciju, uz maksimalno razvijanje svakog nacionalnog, regionalnog i lokalnog identiteta. Međunarodni turizam ima važnu političku funkciju u kontekstu održavanja mira, zbližavanja naroda i njihovih kultura i civilizacija, čime ispunjava svoje kozmopolitsko značenje. Podupirući ove funkcije, OUN je 1967. proglasio "godinom turizma", uz krilaticu "turizam – putovanja mira". Osamdesetih godina D'Amore (1988) ga proglašava najvećom svjetskom industrijom mira. Jedan od ciljeva Svjetske turističke organizacije (WTO) je da se ubrza i proširi doprinos turizma u postizanju mira, razumijevanja, zdravlja i prosperiteta širom svijeta. Turizam je proglašen najplemenitijim instrumentom 20. stoljeća za postizanje međunarodnog razumijevanja, najvažnijim sredstvom za zbližavanje nacija. Sve to potvrđuje činjenicu da je turizam prvi rušio političko-blokovske barijere i bio predvodnik ideje "svijet bez granica", shvaćajući čovjeka putnika kao slobodno biće kojem je putovanje prirodna potreba.

Mišljenje da turizam može pridonijeti većem interkulturalnom razumijevanju temelji se na pretpostavci kako će kontakt između različitih etničkih, nacionalnih ili rasnih skupina poboljšati njihovo međusobno razumijevanje. Turistički susret oplemenjuje, mijenja i unapređuje djelovanje i ponašanje svih njegovih sudionika. Turizam promovira, prihvaća i primjenjuje interkulturalizam.

Zbog velikog broja ljudi uključenih u turistička kretanja, posebno u međunarodni turizam, on postaje vjerojatno najveći izvor interkulturalnih kontakata. U interkulturalnom smislu to je dodir, razmjena, mogućnost za upoznavanje, razumijevanje i poštovanje običaja, navika, želja i potreba različitih naroda, etniciteta, zajednica, rasa, spolova i kultura.

Kontakti, komunikacija i interakcija te prožimanje i međusobno poštovanje, oplemenjuju i obogaćuju ono što je prihvatljivo i univerzalno, kao i ono što je različito i specifično, uspostavljajući nove odnose prema onom što je vlastito i onom što je tuđe. Prema tim elementima, turizam se može definirati kao interkulturalni proces, bilo na individualnoj, skupnoj ili nacionalnoj razini, koji nadilazi

elementarnu, jednostavnu relaciju gost - domaćin. On je područje aktivne primjene interkulturalizma jer turist s novom i drugačijim sredinom, često i kulturom, uspostavlja kontakt, odnos i svojevrsni dijalog, te postaje posrednik i korisnik stečenih informacija, znanja i spoznaja, tj. promicatelj i prenositelj interkulturalizma, bez obzira na njegov odnos prema interkulturalizmu.

Budući da je turizam sveobuhvatni društveni fenomen s brojnim društveno-humanističkim vrijednostima i funkcijama, i pedagogija ima znanstveni i praktični interes za njegovo istraživanje. Interes pedagogije može se usmjeriti na razne aspekte turističkog fenomena jer turisti su ljudi različite dobi, društvenog i obrazovnog statusa, interesa i motiva, religija i svjetonazora, narodnosti, jezika i kultura. Također, turizam su često novi krajevi, prirodni i društveni, upoznavanje i učenje, nove informacije, znanje i spoznaje.

Pedagogija u odnosu na turizam ima dvostruki interes i zadaću:

- sadržaje i aktivnosti turizma upotrijebiti kao važne sadržaje odgoja i obrazovanja – odgoj i obrazovanje kroz sadržaje i aktivnosti turizma i
- odgoj i obrazovanje za turizam – stvaranje i razvijanje turističke kulture.

Pedagoška, interkulturalna funkcija turizma ostvaruje se s pomoću neposrednih i posrednih utjecaja. Sam fenomena turizma ima neposredan utjecaj - odnosi se na prikupljanje ili usvajanje vrijednosti drugih kultura ili čak kulture naroda kojem turist pripada. Posredni utjecaj je sve ono što prethodi putovanju i odnosi se na turističko, tj. interkulturalno obrazovanje turista, kako bi putovanja bila uspješna i korisna. Naime, potrebno je znati, a ne samo moći, biti turist. Tako se pedagoška i interkulturalna bit i značenje turizma zrcale u načelu: *Putuj da bi učio – uči da bi putovao.*

4. Dimenzije suvremenog turizma

Najbrži rast turizma ostvaren je sredinom 20. stoljeća, nakon Drugoga svjetskog rata, kada su stvoreni prometni i svi drugi uvjeti za njegovo prostorno širenje. Nastupa razdoblje mira i stabilnih međunarodnih odnosa te svekolikoga svjetskog razvoja. Sve je to uvjetovalo da turizam od 1950. godine dobije suvremeni, masovni karakter te da

postane “totalni” društveni fenomen i važan čimbenik materijalnoga i kulturnog blagostanja. On danas postaje svojevrsno kulturno i civilizacijsko dostignuće te čovjekovo pravo.

Suvremeni turizam, masovnost, rasprostranjenost i rast, najbolje ilustriraju statistički podaci UNWTO-a (2008). Prema njima, međunarodni turizam od 1950. obilježava stalni rast. U tih pedeset

godina proširio se na sve kontinente i povećao se broj stranih turista, s 25 milijuna na 898 milijuna u 2007. Dakle, broj dolazaka povećao se 36 puta.

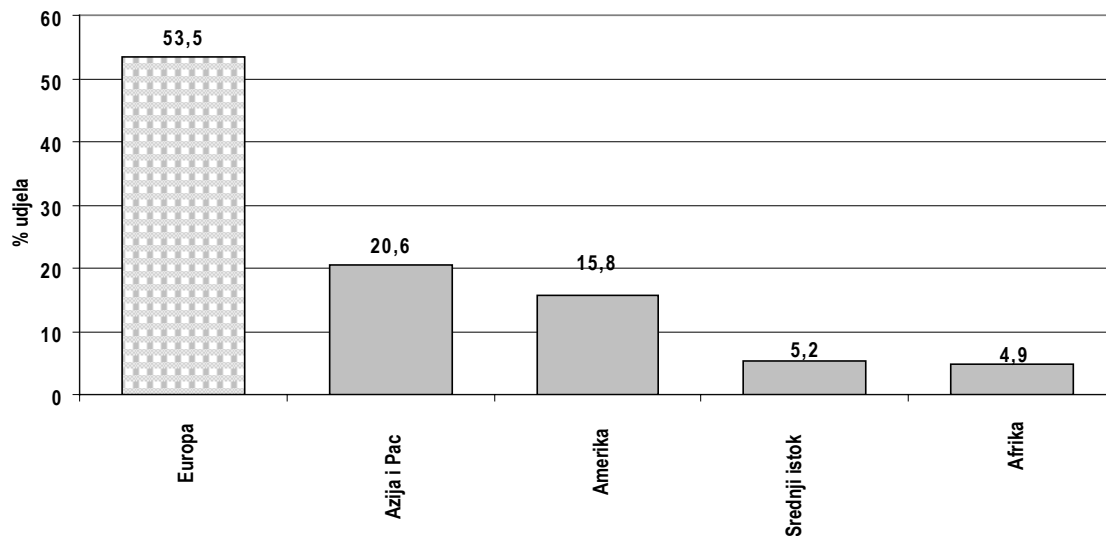
Podaci Svjetske turističke organizacije (UNWTO) iz 2008. godine, o vodećim receptivnim zemljama, pokazuju da je turizam u stalnom rastu, u svim regijama, a turisti dolaze iz svih krajeva svijeta.

TABLICA 1. BROJ MEĐUNARODNIH TURISTIČKIH DOLAZAKA PO REGIJAMA OD 1985. DO 2007. GODINE (MILIJUNI)

Određište	1990.		1995.		2000.		2005.		2006.		2007.		Rast (%) 2007./2006.
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
SVIJET	457,3	100	565,5	100	687,4	100	803	100	846,4	100	898	100	6,1
Europa	282,7	61,8	338,4	59,8	392,7	57,1	438,7	54,6	460,8	54,4	480,1	53,5	4,2
Azija i Pacifik	57,8	12,6	85,6	15,1	115,3	16,8	155,4	19,3	167,2	19,8	184,9	20,6	10,6
Amerika	92,8	20,3	108,9	19,3	128,0	18,6	133,3	16,6	135,9	16,1	142,2	15,8	4,6
Srednji istok	9,0	2,0	12,4	2,2	24,0	3,5	38,3	4,8	41,8	4,9	46,5	5,2	11,0
Afrika	15,0	3,3	20,2	3,6	27,4	4,0	37,3	4,7	40,7	4,8	44,3	4,9	8,8

Izvor: UNWTO World Tourism Barometer, Vol. 6, br. 1., January 2008.

SLIKA 1. UDJEL REGIJA U SVJETSKOM TURIZMU 2007. GODINE (%)



U 2007. godini 898 milijuna pojedinačnih subjekata bilo je uključeno u tokove međunarodnih turističkih putovanja. U odnosu na 2006. broj turista povećao se za 6,1% (UNWTO, 2008). Od 1990. do 2007. sve svjetske regije bilježe stalni rast. Posebno snažan razvoj imaju istočna Azija, Pacifik i Afrika.

Stručnjaci UNWTO-a predviđaju kako će početkom 21. stoljeća međunarodni turizam rasti prema prosječnoj godišnjoj stopi višoj od 5% s trendom daljnjeg rasta, i do 2020. dosegnut će gotovo milijardu i osam stotina milijuna dolazaka godišnje (UNWTO, 2008). Tendencija rasta se nastavlja i ostvaruju se predviđanja Svjetske turističke organizacije i ostalih stručnjaka o njegovom daljnjem razvoju. Rast i razvoj temelje se na znanstvenim, tehnološkim, tehničkim i drugim dostignućima, odnosno na društvenim promjenama koje su obilježile drugu polovicu 20. stoljeća i obilježiti će 21. stoljeće. Iz ovih se podataka može naslutiti golemu ekonomsku moć turizma, ali oni upućuje i na promišljanje o brojnim drugim, neekonomskim, karakteristikama suvremenog turizma.

Podatci o turističkim putovanjima i turistima potvrđuju da je suvremeni turizam prvorazredni društveno-ekonomski fenomen današnjeg vremena, jer se "mjeri" milijardama i milijunima, a to su

gotovo nevjerovatne i neshvatljive veličine. Statistički podaci potvrđuju da je turizam najveća migracijska pojava, ne samo današnjice, nego u povijesti čovječanstva. Ta često spominjana tvrdnja ne opisuje samo fizičko kretanje ljudi, kako se to na prvi pogled čini prema službenim statistikama, već je riječ o velikom premještanje kultura, navika i ideologija, što upućuje na promišljanje o mnogim neekonomskim karakteristikama i funkcijama suvremenog turizma. Zbog brojnih pozitivnih i negativnih obilježja i funkcija, turizam stalno kritički analiziraju razni praktičari, stručnjaci i znanstvenici te civilne, vladine, nacionalne i međunarodne udruge, tijela i organizacije.

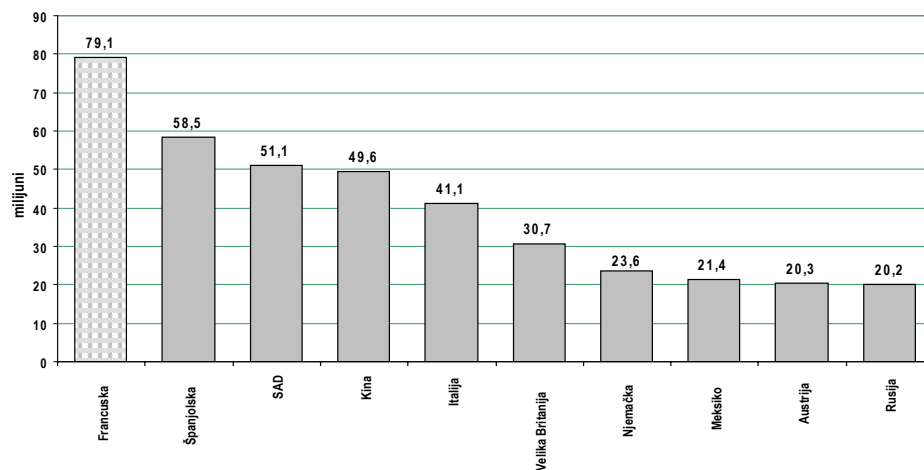
4.1. Europski turizam

Europski kontinent je najvažnije svjetsko turističko odredište. Od 1985. do 2007. u Europi je ostvareno u prosjeku 58,57% fizičkog prometa od globalnoga međunarodnog turizma. Ona je i dalje najvažnije svjetsko turističko područje s 480,1 milijun registriranih turističkih dolazaka, odnosno 53,5% od ukupnog broja međunarodnih putovanja u svijetu u 2007. godini. Europa je najveća receptivna i emitivna regija, najvažnija za razvoj turizma u prošlosti i danas.

TABLICA 2. VODEĆE RECEPTIVNE ZEMLJE U 2006. PREMA BROJU DOLAZAKA INOZEMNIH TURISTA (MILIJUNI)

Rang	Odredište	Broj dolazaka inozemnih turista (milijuni)		Povećanje (%)	Udio u svjetskom turizmu (%)
		2005.	2006.	2006./2005.	2006.
	SVIJET	803,0	846,0	5,4	100,0
1.	Francuska	75,9	79,1	4,2	9,3
2.	Španjolska	55,9	58,5	4,5	6,9
3.	SAD	49,2	51,1	3,8	6,0
4.	Kina	46,8	49,6	6,0	5,9
5.	Italija	36,5	41,1	12,4	4,9
6.	Velika Britanija	28,0	30,7	9,3	3,6
7.	Njemačka	21,5	23,6	9,6	2,8
8.	Meksiko	21,9	21,4	-2,6	2,5
9.	Austrija	20,0	20,3	1,5	2,4
10.	Rusija	19,9	20,2	1,3	2,4

Izvor: *Tourism Highlights 2007. Edition*, (Data as collected by UNWTO 2007.)

SLIKA 2. VODEĆE RECEPTIVNE ZEMLJE U 2006. PREMA BROJU INOZEMNIH POSJETITELJA (MILIJUNI)

Najveće i najvažnije receptivne europske zemlje su Francuska, Španjolska i Italija, a posjećuju ih turisti iz svih krajeva svijeta. Dovoljno je spomenuti 79 milijuna dolazaka stranaca tijekom 2006. u Francusku, 58,5 milijuna u Španjolsku i 41,1 milijun u Italiju, i zapitati se što se sve događalo tijekom njihova putovanja i boravka u tim zemljama. Broj različitih posjetitelja u vodećim receptivnim zemljama nedvojbeno pokazuje veličinu, složenost i interkulturalnost suvremenog turizma. Europa je kolijevka svjetske kulturne baštine, s brojnim kulturnim priredbama, programima razmjene i susreta mladeži, športskim manifestacijama, hodočašćima i dr., i to je jedan od razloga tako velikog turističkog interesa, i Europljana i neeuropljana, za nju. Ona je iznimna i neponovljiva riznica svjetske kulturne baštine, odnosno svojevrsni mozaik naroda, kultura i kulturnih identiteta. Kultura i turizam u Europi su tijesno povezani, pa je ona uvijek imala vodeće mjesto u međunarodnom turizmu. Mnoga su europska područja bila važna odredišta za ljude koje je privlačila njihova bogata kultura, još u razdoblju Rimskog carstva, srednjovjekovnih hodočašća, Grand Toura (17. i 18. stoljeće), kao i u razdoblju "organiziranog" turizma (19. i 20. stoljeće).

U europskom turizmu kulturno naslijeđe, zajedno s prirodnim ljepotama, čini osnovicu turizma i daje mu posebnu kvalitetu. Noviji trendovi u turizmu u prvi plan stavljaju upravo kulturu, obrazovanje, autentične doživljaje i iskustva, kao pret-

postavke aktivnog i sadržajnog odmora. Kulturno naslijeđe postaje važna sastavnica turizma jer suvremeni posjetitelj sve češće zahtijeva upoznavanje lokalne kulture, kontakte s domaćinima, a određite sve manje shvaća kao pasivni promatrač, vezan tek uz prirodne ljepote, klimu i površne dojmove.

Aktualni pristup turizmu u Europi, koji je posebno razrađen u dokumentima Europske unije, temelji se na znatnom udjelu kulturne i interkulturalne komponente, koja se izgrađuje i formira u mnogim društvenim sastavnicama, a posebno u obrazovanju.

U takvom poimanju i interpretiranju turizma u cjelini, a posebno kulturnog turizma, immanentna je interkulturalna dimenzija. Turistu se prilazi kao partneru, pretpostavljenom istraživaču nove i drugačije sredine i njezine kulture. On s njom uspostavlja kontakt, odnos i svojevrsni dijalog, te postaje posrednik i korisnik stečenih informacija i znanja, moderator i prenositelj. Na taj način turizam postaje područje aktivne primjene interkulturalizma.

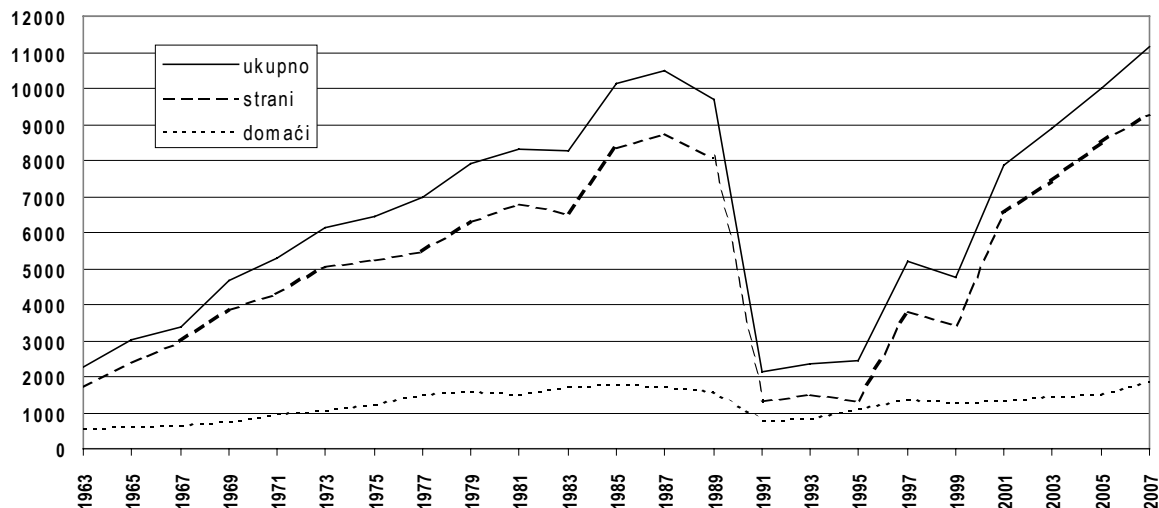
4. 2. Hrvatski turizam

Hrvatski turizam temelji se na koncepciji masovnog turizma i Hrvatska se svrstava u srednje razvijene turističke zemlje. Ratno razdoblje, između 1991. i 1995., obilježio je drastičan pad (za oko 80%) međunarodnoga turističkog prometa. U poslijeratnom razdoblju, od 1996. do 2007., Hrvatska se, kao turistička zemlja, oporavila i vratila na svjetsku turističku pozornicu.

TABLICA 3. BROJ TURISTA U HRVATSKOJ OD 1963. DO 2007. GODINE (U TISUĆAMA)

Godina	Broj turisti			Broj noćenja turista		
	ukupno	domaći	strani	ukupno	domaći	strani
1963.	2 287	560	1 727	14 282	3 117	11 165
1964.	2 767	625	2 142	17 291	3 379	13 912
1965.	3 017	639	2 378	18 130	3 545	14 585
1966.	3 467	654	2 813	20 226	3 405	16 821
1967.	3 360	659	2 971	20 906	3 125	17 781
1968.	3 810	691	3 119	22 281	3 363	18 918
1969.	4 650	775	3 875	28 082	3 864	24 218
1970.	4 805	879	3 926	28 552	4 389	24 163
1971.	5 302	980	4 322	32 210	4 827	27 383
1972.	5 426	1 061	4 365	33 327	5 261	28 066
1973.	6 122	1 057	5 065	39 000	5 382	33 618
1974.	5 928	1 126	4 802	38 941	5 867	33 074
1975.	6 454	1 229	5 225	42 411	6 375	36 036
1976.	6 392	1 283	5 109	40 947	6 493	34 454
1977.	6 994	1 516	5 478	43 111	7 480	35 631
1978.	7 851	1 610	6 241	49 389	7 922	41 467
1979.	7 912	1 620	6 292	52 117	8 373	43 744
1980.	7 929	1 486	6 443	53 600	7 750	45 850
1981.	8 333	1 513	6 820	56 573	7 715	48 858
1982.	8 042	1 620	6 422	54 436	8 315	46 121
1983.	8 268	1 753	6 515	54 632	8 541	46 091
1984.	9 146	1 778	7 368	59 465	8 526	50 939
1985.	10 125	1 790	8 335	67 665	8 790	58 875
1986.	10 151	1 767	8 384	68 216	8 836	59 380
1987.	10 487	1 731	8 756	68 160	8 397	59 763
1988.	10 354	1 661	8 693	67 298	7 946	59 352
1989.	9 670	1 580	8 090	61 849	7 383	54 466
1990.	8 497	1 448	7 049	52 523	6 747	45 776
1991.	2 146	800	1 346	10 158	3 394	6 764
1992.	2 010	739	1 271	10 725	3 170	7 555
1993.	2 363	842	1 521	12 908	3 150	9 758
1994.	3 402	1 109	2 293	19 977	4 421	15 556
1995.	2 438	1 113	1 325	12 885	4 370	8 515
1996.	3 899	1 249	2 650	21 456	4 910	16 546
1997.	5 206	1 372	3 834	30 314	5 617	24 697
1998.	5 449	1 338	4 111	31 287	5 285	26 002
1999.	4 750	1 307	3 443	26 564	5 215	21 349
2000.	7 137	1 305	5 832	39 185	5 138	34 045
2001.	7 860	1 316	6 544	43 405	5 021	38 384
2002.	8 320	1 376	6 944	44 692	4 981	39 711
2003.	8 878	1 469	7 409	46 635	5 312	41 323
2004.	9 412	1 500	7 912	47 797	5 281	42 516
2005.	9 995	1 528	8 467	51 421	5 434	45 987
2006.	10 385	1 726	8 659	53 007	5 985	47 022
2007.	11 162	1 856	9 306	56 006	6 431	49 575

Izvor: Turizam u 2006., Statistička izvješća, br. 1325./2007., DZS RH i Turizam u 2007., Priopćenje 6. veljače 2008., DZS RH

SLIKA 3. BROJ TURISTA U HRVATSKOJ OD 1963. DO 2007. GODINE (TISUĆE)

Hrvatsku je 2007. godine posjetilo devet milijuna i 306 tisuća stranih turista, što čini 1,03% svjetskoga, odnosno 1,94% europskoga turističkog prometa (DZS RH, 2008). Taj broj dobiva posebno značenje ako se uspoređi s brojem stanovnika Hrvatske - to 2,1 put više turista od domicilnog stanovništva, što je iznad europskoga i svjetskog prosjeka. Prema tom kriteriju Hrvatska bi zauzimala visoko mjesto u međunarodnom turizmu. To je samo statistika, ali ona je jedino usporediva.

Prema podacima DZS RH, Hrvatska je tipično europsko odredište jer u nju dolazi 96,15% europskih turista, dok je izvanoeuropskih samo 3,85%.

Vodeće emitivne zemlje hrvatskog turizma su Njemačka, Italija, Slovenija, Češka i Austrija, iz kojih dolazi 64,5% turista, a iz ostalih zemalja dolazi 35,5% turista. Nijemci, Talijani i Austrijanci dugogodišnji su gosti pa ih s pravom nazivamo starima; Slovenci su, za sada, gotovo kao domaći, dok Čehi, Mađari i Slovake mnogi smatraju novima. Iz godine u godinu znatno se povećava i broj drugih Europljana: Britanaca, Francuza, Nizozemaca, Rusa, Skandinavaca, Španjolaca i Švicaraca. Strukturu hrvatskog turizma čini samo 3,15% neeuroppljana, ali tijekom proteklih osam godina znatno se povećao broj turista iz Amerike, Australije, Izraela i Japana.

Zašto Hrvatsku posjećuju gotovo samo Europljani? Navest ćemo nekoliko razloga. Turizam je danas masovna pojava i turisti su ljudi različitih

financijskih mogućnosti, pa kako hrvatska turistička ponuda nije skupa i Hrvatska nije udaljeno odredište, ona nužno plijeni interes. Najveće emitivne zemlje su naši susjedi ili su relativno blizu, što pogoduje dolasku. Također, smatramo da nije nevažno što te zemlje pripadaju europskom kulturnom krugu, a i prošlost Hrvatske je zajednička s mnogim tim zemljama. Hrvatska kulturno-povijesna baština zajednička je s mnogim srednjoeuropskim i zapadnoeuropskim zemljama, koje su, ne tako davno, bile dio zajedničkog carstava. Prošlost, tradicija, rimokatolička religija, poslovni kontakti ranije i danas, EU kao najveći poslovno-trgovački partner, brojna hrvatska emigracija i dr., stvaraju dobre pretpostavke za dolazak turista iz tih zemalja. Naravno, postoje jezične prepreke, ali oni su naši dugogodišnji gosti i većina turističkih djelatnika i ostalo stanovništvo receptivnog područja zna osnove jezika svojih gostiju.

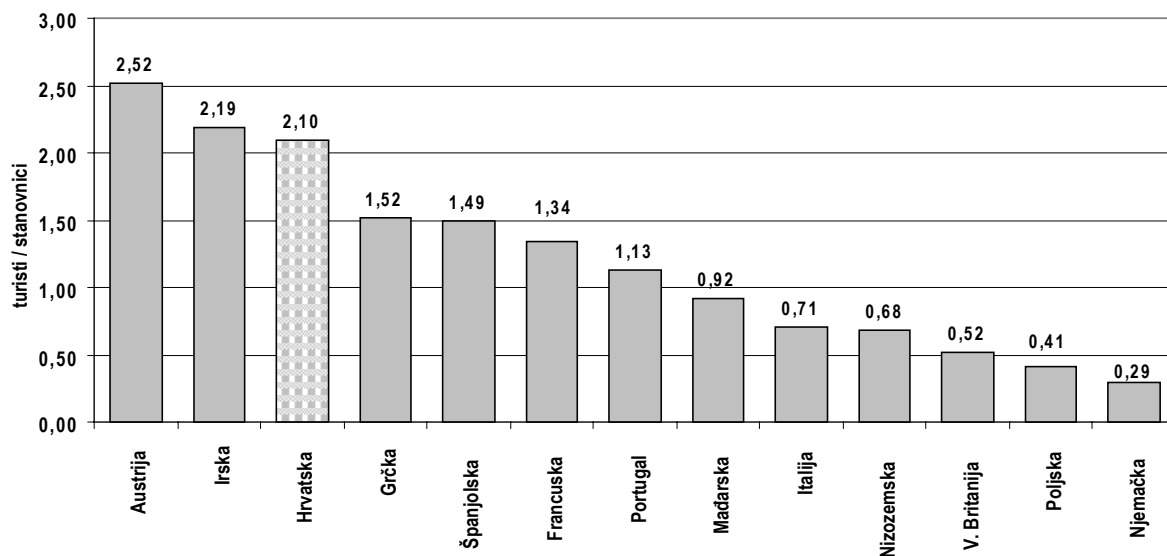
Važan je podatak da je od 2000. do 2007. u prosjeku godišnje 45,5% stanovnika Slovenije posjetilo Hrvatsku, a Slovenija je prema broju stanovnika najmanja od pet vodećih emitivnih zemalja. To upućuje na činjenicu da oni dobro poznaju prostor u koji dolaze jer su do lipnja 1991. živjeli u zajedničkoj državi. Življenje u istoj državi utjecalo je na stvaranje određenih zajedničkih kulturnih elemenata, dobro poznavanje ljudi, prirodnih i kulturnih vrijednosti Hrvatske, jezika, bez obzira na to što su to bila dva službena jezika, i dr. Dobro poznavanje

TABLICA 4. VODEĆE RECEPTIVNE ZEMLJE EUROPE U 2006. GODINI PREMA BROJU INOZEMNIH POSJETITELJA (TISUĆE) TE ODNOS BROJA INOZEMNIH POSJETITELJA PREMA BROJU STANOVNIKA TIH ZEMALJA

Rang	Odredište	Broj stranih turista 2006.	Broj stanovnika (Europa 1998., Hrvatska 2001.)	Turisti 2006./ stanovnici
1.	Austrija	20,300	8,070	2,52
2.	Republika Irska	8,000	3,647	2,19
3.	Hrvatska	8,700	4,437	2,10
4.	Grčka	16,000	10,542	1,52
5.	Španjolska	58,500	39,371	1,49
6.	Francuska	79,100	58,864	1,34
7.	Portugal	11,300	9,964	1,13
8.	Mađarska	9,300	10,117	0,92
9.	Italija	41,100	57,650	0,71
10.	Nizozemska	10,700	15,691	0,68
11.	Velika Britanija	30,700	59,126	0,52
12.	Poljska	15,700	38,665	0,41
13.	Njemačka	23,600	82,148	0,29

Izvori: UNWTO World Tourism Barometer, Vol. 6, br. 1., January 2008.; Turizam u 2007., Priopćenje 6. veljače 2008., DZS RH i Države svijeta, Mozaik knjiga, Zagreb, 2000.

SLIKA 4. VODEĆE RECEPTIVNE ZEMLJE EUROPE PREMA BROJU INOZEMNIH POSJETITELJA U 2006. GODINI TE ODNOS BROJA INOZEMNIH POSJETITELJA PREMA BROJU NJIHOVIH STANOVNIKA



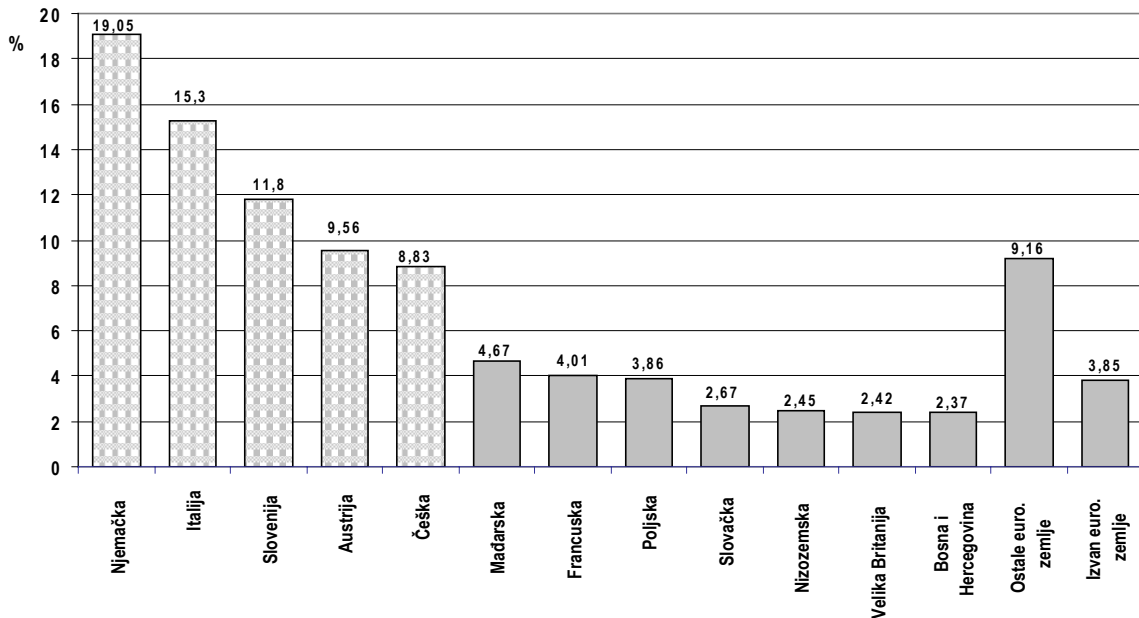
prirodne i socijalne sredine, ljudi i kulture te dobra informiranost bili su presudni za dolazak velikog broja slovenskih turista unatoč ratnom stanju u Hrvatskoj i njezinom okružju.

Između Hrvatske i tradicionalnih turista ostvareno je relativno dobro razumijevanje i poštovanje, što je posljedica dugogodišnjih dobrih odnosa između domaćina i turista te drugih međudržavnih

TABLICA 5. BROJ STRANIH TURISTA KOJI SU DOLAZILI U HRVATSKU (U TISUĆAMA)

Rang	Države	Godine									Ukupno 2000.-2007.	Ukupno (%)
		2000.	2001.	2002.	2003.	2004.	2005.	2006.	2007.			
1.	Njemačka	1048	1300	1482	1552	1580	1572	1545	1555	11 634	19,05	
2.	Italija	1012	1060	1099	1206	1232	1253	1235	1249	9346	15,30	
3.	Slovenija	849	877	870	918	884	879	913	1015	7205	11,80	
4.	Austrija	640	687	690	709	741	742	790	840	5839	9,56	
5.	Češka	711	742	698	699	664	616	593	669	5392	8,83	
6.	Mađarska	250	280	318	356	403	453	403	391	2854	4,67	
7.	Francuska	57	75	135	221	393	591	505	474	2451	4,01	
8.	Poljska	285	392	358	238	241	242	276	323	2355	3,86	
9.	Slovačka	187	203	191	188	176	185	218	281	1629	2,67	
10.	Nizozemska	104	125	148	179	212	224	242	265	1499	2,45	
11.	Velika Britanija	85	107	132	153	208	255	269	267	1476	2,42	
12.	Bosna i Hercegovina	182	172	173	178	163	171	189	222	1450	2,37	
13.	Švicarska	36	46	61	83	104	114	130	134	708	1,16	
14.	Švedska	21	27	35	53	88	127	130	128	609	1,00	
15.	Rusija	28	46	55	57	68	80	109	157	600	0,98	
16.	Belgija	41	48	60	73	81	92	92	99	586	0,96	
17.	Španjolska	25	20	26	44	57	87	114	154	527	0,86	
18.	Danska	21	23	30	42	60	83	79	77	415	0,68	
19.	Norveška	9	14	12	24	33	39	70	75	276	0,46	
Ostale europske zemlje		96	127	152	197	244	337	335	380	1868	1868	
Ukupno europske zemlje		5687	6371	6725	7170	7632	8142	8237	8755	58 719	96,15	
1.	SAD	53	52	59	65	98	115	154	181	777	1,27	
2.	Izrael	34	56	81	75	65	61	44	86	502	0,82	
3.	Australija	9	10	16	20	28	41	58	70	252	0,41	
4.	Japan	11	13	15	16	19	22	65	86	247	0,40	
5.	Kanada	14	15	16	19	22	25	29	36	176	0,29	
Ostale izvan europske zemlje		24	27	32	44	48	61	72	92	400	0,66	
Ukupno izvan europske zemlje		145	173	219	239	280	325	422	551	2354	3,85	
Ukupan broj stranih turista		5832	6544	6944	7409	7912	8467	8659	9306	61 073	100,00	

Izvor: Turizam u 2006., Statistička izvješća, br. 1325./2007., DZS RH.; Turizam u 2007., Priopćenje 6. veljače 2008., DZS RH

SLIKA 5. BROJ STRANIH TURISTA KOJI SU DOLAZILI U HRVATSKU OD 2000. DO 2007. GODINE (%)

odnosa. Stajališta o turistima iz zapadnih zemalja i socijalna distanca prema njima pozitivni su, što je posljedica dugogodišnjih dolazaka i susreta, tj. interkulturalnih kontakata, pa su oni poželjni gosti. Svjedoci smo raznih nesporazuma i negativnih stajališta prema “novoj” populaciji turista iz srednjih i istočnih europskih zemalja, a jedan od uzroka je slabo međusobno poznavanje i razumijevanje. Oni su tek od 1995. u većem broju počeli posjećivati Hrvatsku. No ti “novi” turisti u biti su “stari”, zaboravljeni, poznati i poštovani gosti – Česi i Mađari, s kojima je i počeo razvoj hrvatskog turizma početkom 20. stoljeća.

Pozitivna stajališta o tradicionalnim gostima te suzdržana o “novima” pokazuju kako je potrebno dosta vremena i intenzivnih susreta između ljudi i kultura da bi se bolje razumjeli i poštovali. Kako bi se to postiglo, potrebno je, osim neposrednih kontakata, dosta učiniti i pripremiti se za njih, odnosno trebamo se informirati i učiti o drugima kako bismo se mogli razumjeti. Budući da je turizam suvremena sveobuhvatna društvena pojava, s neposrednim susretima ljudi i kultura, u kojoj smo svi potencijalni turisti i domaćini, on je i prvorazredna interkulturalna pojava i događaj.

Kako se Hrvatska nalazi na iznimno atraktivnom dijelu europskog kontinenta i poznato je odredište, potrebne su dobro osmišljene akcije i poticaji kako bi ponovno zauzela svoje mjesto u europskom turističkom prostoru. Osnovnu dijagnozu stanja i odrednice budućeg razvoja hrvatskog turizma iznijeli su stručnjaci Instituta za turizam i znanstvenici hrvatskih ekonomskih i turističkih fakulteta, koji su izradili novu *Strategiju razvoja turizma Republike Hrvatske*. Dio strategije usmjeren je na ostvarenje funkcionalne veze između turizma i kulture, tj. da turizam postane promotor hrvatske kulture, a kultura promotor hrvatskog turizma.

Zato turizam, kao oblik ljudske komunikacije, zahtijeva redovito i permanentno obrazovanje turističkih djelatnika, koji trebaju poznavati niz humanističkih, kulturnih i interkulturalnih sadržaja. Za takve je programe nužno osposobljavati učitelje, stratege, poduzetnike, menadžere i djelatnike koji poznaju kulturu, koji će znati objašnjavati i afirmirati prirodne i sociokulturne vrijednosti ovog prostora. Ovakvom promišljanju turizma u Hrvatskoj pridonose i sveučilišne institucije. Sveučilište u Zadru od 1994. ima *Odjel kultura i turizam*, čiji je nastavni program usmjeren na povezivanje turizma

i kulture. Ondje se obrazuju stručnjaci za potrebe turizma na kulturološkim osnovama. Također, fakulteti hotelijerstva i turizma u Opatiji i Dubrovniku unose inovacije u svoje nastavne programe. Njihova se nastojanja temelje na činjenici (spoznaji) da je u osnovi turističkog proizvoda atraktivan i dragocjen prostor sa svojom prirodnom i društvenom komponentom.

Preoblikovanje i unapređivanje hrvatskog turizma zahtijeva brojne obveze i akcije, koje trebaju polaziti od načela održivog razvoja turizma i njegovih interkulturalnih obilježja.

5. Zaključak

Turizam utječe na ukupno ljudsko biće i na društveno okruženje jer, osim što zadovoljava biološke potrebe, on kultivira ponašanje, potiče spoznaju znatiželju, povećava kulturu, smanjuje predrasude, razvija osobnost, poboljšava ekonomski standard stanovništva, modernizira svakodnevni život i utječe na mnoge druge društvene pojave.

Turizam, osim odmora, rekreacije i zabave, omogućuje čovjeku upoznavanje, informiranje i stjecanje znanja o drugim ljudima, društvenim zajednicama, sredinama i kulturama. Omogućuje uspostavljanje kontakata i dijaloga, ravnopravnu suradnju te unapređivanje međusobnog razumijevanja. Stvaralačka kombinacija tih sastavnica daje novu energiju i kvalitetu življenja svim sudionicima u njemu, a turizmu daje nove sadržaje i društveno značenje.

Promišljajući turizam, danas i sutra, ne smijemo zanemariti činjenicu da turizam čine ljudi, da je čovjek početak i kraj svakog razvoja, što je u skladu s Protagorinom maksimom: "Čovjek je mjera svih stvari".

Ostvarenje uspješne interakcije turista i domaćina ovisi o njihovoj sposobnosti razumijevanja i prilagodbe kulturnim obrascima ponašanja predstavnika druge kulture. Suvremeni turizam, kao oblik ljudske komunikacije na sve većem civilizacijskom stupnju, zahtijeva redovito i permanentno obrazovanje turističkih kadrova, koji trebaju po-

znovati niz humanističkih, kulturnih i interkulturalnih sadržaja.

Turizam, od svih koji u njemu na bilo koji način aktivno sudjeluju, zahtijeva mnogo kulturne svijesti i posebnih znanja, a toliko ih kulturno obogaćuje da pretpostavlja i stvara posebnu turističku kulturu. "Turistička kultura je skup navika, spoznaja i postupaka koje čovjeka osposobljavaju da se snalazi u svim odnosima i pojavama koje nastaju i koje se nameću putovanjem i boravkom u turističke svrhe" (Jadrešić, 2001, 318). Dakle, turistička kultura je kultura putovanja i odmora, odnosno kultura provođenja slobodnog vremena.

Turizam promovira kulturu receptivne zemlje te svih njezinih prirodnih, društvenih i ljudskih vrijednosti, odnosno važan je čimbenik za afirmaciju kulture i poštovanje svih vrijednosti receptivne zemlje. Jednostavno, turizam je promotor kulture, a kultura promotor turizma, što potiče i stvara interkulturalno razumijevanje i poštovanje.

Sastavnice turizma sadržavaju osnovne pretpostavke za spoznavanje i definiranje njegove interkulturalne dimenzije. To su, ponajprije, susret, dijalog, razmjena, uzajamno informiranje, razumijevanje i prihvaćanje. U temeljnom odnosu turizma, domaćin - gost, ostvaruje se svojevrsan dijalog kulturnih i nacionalnih identiteta. Svaki sudionik u dodiru i razmjeni, predstavlja, zastupa i nudi svoju kulturu, što je interkulturalna komunikacija prvoga reda. Susret čovjeka s čovjekom najdragocjenija je odlika turizma. *Turizam je, zapravo, dijalog identiteta.*

Turizam se može definirati kao interkulturalni događaj, proces, bilo na individualnoj, skupnoj ili nacionalnoj razini, koji nadilazi elementarnu, jednostavnu relaciju gost - domaćin. Susreti smanjuju i otklanjaju predrasude, stereotipe, kulturološke i ostale klišeje. Podiže se razina informiranosti i znanja na svim stranama i sredine se otvaraju. Turistički susret oplemenjuje, mijenja i unapređuje djelovanje i ponašanje svih njegovih sudionika te omogućuje stvaranje novih individualnih i društvenih vrijednosti, jer turizam je dvosmjerna akcija u kojoj kultura dobiva istaknuto mjesto.

Literatura

- D'Amore, L. J. (1988), *Tourism: A vital force for peace*. *The Futurist*, May-June, 23 – 28.
- Dragičević, M. (1990), *Osnove fenomenologije turizma*. *Turizam*, 38 (3), 65 – 72.
- Države svijeta (2000). Zagreb: Mozaik knjiga.
- Hitrec, T. (1995), *Kultura, oslonac turističke politike Europske unije*. *Tourism and hospitality management*, 2, 325 – 335.
- Jadrešić, V. (2001), *Turizam u interdisciplinarnoj teoriji i primjeni*, Zbornik istraživanja. Zagreb: Školska knjiga.
- Jagić, S. (2004), *Imanentnost interkulturalizma u turizmu*. *Sociologija sela*, 42, 1/2 (163/164), 195 – 218.
- Jelinčić, D. A. (2005), *Kultura kao pokretačka snaga redefiniranja imidža turističke destinacije*. *Acta turistica*, 17 (1), 56 – 78.
- Krippendorff, J. (1986), *Putujuće čovječanstvo*. Zagreb: Zavod za istraživanje turizma.
- Pančić Kombol, T. (2000), *Selektivni turizam: uvod u menadžment prirodnih i kulturnih resursa*. Matulji: TMCP Segena.
- Perotti, A. (1995), *Pledoaje za interkulturalni odgoj i obrazovanje*. Zagreb: Educa.
- Tomljenović, R. i Faulkner, B. (1999), *Turizam i interkulturalno razumijevanje: primjer hrvatskih srednjoškolaca u posjetu Španjolskoj, Grčkoj i Republici Češkoj*. *Turizam*, 2, 108 – 131.
- Tourism Highlights (2007), *World Tourism Organization*, www.world-tourism.org.
- Turizam u 2006. (2007). *Statistička izvješća*, br. 1325, DZS RH.
- Turizam u 2007. (2008). *Priopćenje 6. veljače*, DZS RH.
- UNWTO *World Tourism Barometer* (2008), 6 (1).
- Van Luyn, Adrian H. (1998), *L'Europa da comunita di valori divisi a comunita di valori morali. Orientamenti pedagogici*, 45, 201 – 209.