

Božidar Veljković: GOSTOLJUBLJE DUŠA TURIZMA, NUBL, Brežice, 2015., 248 str.

Pred nama se nalazi zanimljiva i komunikativno prezentna knjiga, koju je autor naslovio „**Gostoljublje duša turizma**“, uglednog teoretičara turizma doc.dr. Božidara Veljkovića, aktualnog dekana Fakulteta za turizam Sveučilišta u Mariboru – Brežice. To je četvrta knjiga u nizu o turizmu vrijednog znanstvenika i teoretičara turizma doc.dr.sc. Božidara Veljkovića u nakladi NUBL Nezavisnog Univerziteta Banja Luka (Bosna i Hercegovina) i Brežic (Slovenija). Knjigu su recenzirali ugledni teoretičari turizma prof.dr.sc.Mario Plenković, prof.dr.sc.Dragan Radovanović i doc.dr.sc.Marko Koščak.

Knjigu je autor uvodno započeo znakovitim citatima velikog filozofa Friedricha Nietzschea: „ Tradicionalni značaj gostoljublja je u tome da onemogućiti neprijatelja u strancu“ i Thomas Moorea: „Čovjek putuje po svijetu, da bi našao ono što treba i vraća se kući, da bi to konačno našao“. Za autora je gostoljublje povezujuća sinergijska nit turizma o čemu na zanimljiv interaktivno koherentan publicistički način, kroz 248. str. zanimljivog teksta, dominira autorski lirski, pjesnički, znanstveno-propovijedački dinamički publicistički diskurs o gostoljublju kao duši turizma. O tome najbolje govore izvadci iz stručnih recenzija ovog popularnog publicističkog djela (...) (1) »Gostoljublje – duša turizma je naslov, koji kroz prijemčive i čitljive priče lakih riječi, autor nudi zanimljivu antropološku sliku stanja suvremenog društva u jednom malom dijelu svijeta« (prof.dr.sc. Mario Plenković), (...) i (2) »Knjiga se po načinu pisanja može svrstati u književno djelo kao zbirka priča o gostoljublju ali i s aspekta struke kao izuzetno koristan udžbenik ili priručnik za studente turizma« (prof.dr.sc.Dragan Radovanović),...(...). i (3) »Knjiga upućuje čitatelja na razmišljanje o veoma važnoj činjenici u turizmu a to je gostoljublje, koje može da egzistira i izvan turizma, dok turizam bez gostoljublja, nikako« (doc.dr.sc.Marko Koščak). Ugledni teoretičar turizma doc.dr.sc.Božidar Veljković ovom knjigom »Gostoljublje duša turizma« komunikativno turizam transformira iz informacije o turizmu u komunikaciju o turizmu. Gostoljublje promatra kao komunikacijski proces u kojem se istinska izvorna gostoljubna informacija

pojavljuje u novim uljuđenim komunikativnim vrijednostima i za druge ljude (turiste). Gostoljublje postaje trajna i opća vrijednost suvremene turističke egzistencije koja se nalazi na putu prema slobodnom izboru gostoljubne uljuđene turističke destinacije. Budući da se gostoljublje u turizmu stalno mijenja i da ono stalno svoje komunikativne oblike transformira i postaje smisao uljuđenog komuniciranja u turizmu, možemo ustvrditi da gostoljublje kao kulturološki, antropološki i komunikološki fenomen u istinu postaje duša turizma. Gledano povijesno gostoljublje je uvijek bila komunikativna funkcija identiteta malih naroda i njihovih kultura. Analizirajući knjigu »Gostoljublje duša turizma« i fenomenologiju gostoljublja u turizmu možemo zaključiti da je gostoljublje u turizmu komunikativni kulturološki proces i funkcija ukupnog kulturološkog stvaralaštva i kulturne tradicije jednog naroda (turističke destinacije) u kojem se realiziraju tri moguće komunikativne turističke poruke: (1) pozitivno-potkrepljujuća poruka u odabiru turističke destinacije; (2) negativno-potkrepljujuća turistička poruka u prihvaćanju ili odbijanju ponuđene turističke destinacije; i (3) neutralna turistička poruka. Analizirajući brojne primjere gostoljubivosti u turizmu možemo, pažljivo čitajući ovo vrijedno publicističko djelo, možemo ustvrditi da je gostoljublje učinkovita komunikacija u turizmu koja postaje osvježavajući poticajni »gostoljubno-komunikativni turistički kulturološki izraz destinacijskog identiteta u turizmu«. Bez gostoljublja je turizam unaprijed osuđen na neuspjeh. Prema tome gostoljublje je osnovni komunikativni destinacijski princip od kojeg se polazi u planiranju destinacijskih turističkih sadržaja i programskih ponuda.

Knjiga je u strukturalnom i sadržajnom smislu podijeljena na pet temeljnih poglavlja: Poglavlje I: « O gostoljublju»; Poglavlje II:»O turizmu»; Poglavlje III: »Gostoljublje u srpskom turizmu – studija primjera«; Poglavlje IV: »Recenzije« i Zaključno – V: «O autoru».

U poglavlju (I) »O gostoljublju« sve nam govori autorski izbor citata (Mahtma Ghandija) »Gost je najvažniji posjetitelj našeg prostora. Gosti nisu zavisni od nas, već mi od njih. Gost nas ne može prekinuti u našem poslu, jer je on kao gost smisao našeg rada. On nije nasilnik do našega rada, već je njegov sastavni dio. Sa posluživanjem gostu ne dajemo uslugu, nego

je gost čini nama, što nam dozvoljava da ga poslužujemo».

Poglavlje (II) »O turizmu« su autorska problemska razmišljanja o turizmu koji danas u globalnom svijetu postaje jedna od najvećih svjetskih industrija. Autor upozorava na temeljno pitanje budućnosti turizma koje treba dati odgovor tko su turisti budućnosti? U svom odgovoru autor nudi svoje viđenje turizma kao djelatnosti komunikativnog iznenađenja, nade, doživljaja, zdravlja, avantura, dobrog raspoloženja i racionalno iskorištenog slobodnog vremena. Takav turizam podrazumijeva poštovanje života, dostojanstva građana, privatnosti, poštovanje prirode, etike i osnovnih ljudskih prava.

U trećem poglavlju (III) » Gostoljublje u srpskom turizmu (Case Study)« je autorska sustavna analiza odabranih primjera gostoljublja, dogodovština i sveobuhvatne turističke prakse u Srbiji. Autor emocionalno i kritički promatra gostoljublje kao dušu turizma u Srbiji. U analizi odabranih primjera promatra gostoljublje kao fenomen interkulturalne komunikacije među ljudima različitih kultura, obrazovanja, starosne dobi, običaja i tradicije. Posebno analizira gostoljublje na primjerima vinske ponude promišljajući gostoljublje u turizmu kao holističku heterogenu proizvodno-uslužnu djelatnost u kojima gostoljublje (ugostiteljstvo, turističko posredovanje i specifični oblici turističke ponude) i kultura vina dobivaju svoje konotativno i dekonotativno komunikativno značenje u turizmu. Odabrani primjeri gostoljublja (vino i kruh) dočaravaju nacionalnu ljepotu, geografski položaj, kulturu, tradiciju, politiku, gospodarstvo i obrazovanje koje plijeni pažnju turista, putnika, pisaca, povjesničara, slučajnih prolaznika i drugih znatiželjnika koji doživljavaju primjere gostoljublja kroz spontani način života na svim destinacijskim razinama Srbije (nacionalno, regionalno i lokalno).

Četvrto poglavlje (IV) donosi stručne akademske recenzije o knjizi „Gostoljublje duša turizma“ u kojem ugledni znanstvenici (prof.dr.sc.Mario Plenković, prof.dr.sc.Dragan Radovanović i doc.dr.sc. Marko Koščak) valoriziraju znanstveni autorski doprinos doc.dr.sc.Božidara Veljkovića u njegovom najnovijem publicističkom djelu „Gostoljublje duša turizma“.

U petom poglavlju (V) je sadržan sintetski znanstveno stručni biografski zapis o autoru doc.dr.sc.Božidaru Veljkoviću, aktualnom dekanu Fakulteta za turizam – Brežice (Sveučilišta u Mariboru) i docentu iz znanstvenog područja turizma i politologije.

Možemo zaključiti da prezentirano publicističko djelo „Gostoljublje duša turizma“, uglednog teoretičara turizma doc.dr.sc.Božidara Veljkovića, nadograđuje složeni komunikativni uljudbeni aspekt suvremenog turizma. Gostoljublje u turizmu je rezultat kulturne tradicije i povijesnog izvorišta uljudbene komunikacije na svim razinama komuniciranja u turizmu (globalno, regionalno, nacionalno i lokalno). Usporednom komunikativnom i translatoškom analizom publicističkog djela Božidara Veljkovića možemo ustvrditi da gostoljublje u turizmu sve više određuju novi informacijski i komunikacijski procesi (nove informacijske i komunikacijske tehnologije) koje gostoljublje u turizmu dižu na razinu strateškog komuniciranja u suvremenom turizmu. Gostoljublje u turizmu obuhvaća sve aspekte suvremenog turizma koje je određeno kulturološkim, vjerskim, politološkim, psihološkim, sociološkim, komunikološkim, obrazovnim, gospodarskim osobinama koje uvjetuju razvoj suvremenog uljudbenog turizma na svim razinama turističkih destinacija (globalno, regionalno, nacionalno i lokalno). Gostoljublje kao duša turizma je stvaranje boljeg ili lošijeg imagea (turističke slike) u glavama turista na svim razinama turističkih destinacija.

Analizirano izuzetno zanimljivo publicističko kulturološko i turističko djelo „Gostoljublje duša turizma“ je poučno stručno štivo koje je namijenjeno svim djelatnicima u turizmu a dobro je došlo studentima i nastavnicima fakulteta i visokih škola za turizam koji promišljaju nove suvremene komunikativne oblike gostoljubne (uljudbene) komunikacije u turizmu.

Na temelju svega iznesenog slobodni smo ovu vrijednu publikaciju preporučiti svim građanima, turistima, studentima turizma, kulture i menadžmenta na svim obrazovnim razinama dodiplomskih i diplomskih studija koji u užem ili širem smislu izučavaju kulturnu tradiciju, gostoljublje i turizam.

Primljeno: 2015 – 02 – 22

Doc. dr.sc. Vlasta Kučič

Filozofski fakultet i Fakultet za turizam Sveučilišta u Mariboru
Maribor / Brežice, Slovenija / Slovenia

ALENKA VALH LOPERT: *MED KNJIŽNIM IN NEKNJIŽNIM NA RADIJSKIH VALOVIH V MARIBORU (Between Standard and Non-Standard on Maribor Radio Stations)*

Maribor: Litera Publishing House, 2013, p. 336.

The monograph *MED KNJIŽNIM IN NEKNJIŽNIM NA RADIJSKIH VALOVIH V MARIBORU (Between Standard and Non-Standard on Maribor Radio Stations)* is, in the Slovenian linguistic area, a rare, and therefore especially precious example of a scientific analysis and estimation of the culture of discourse in a selected commercial and public radio station in Maribor. The monograph is a logical and expected upgrade of a prior scientific monograph entitled *KULTURA GOVORA NA RADIJU MARIBOR (The Culture of Spoken Discourse on Radio Maribor, 2005)*, which was carried out in the area of the spoken language culture with an emphasis on the duality of the language norm i.e. non-Standard regional colloquial language (the so-called Maribor urban spoken language variety) and the standard spoken language. The present monograph is 336 pages long, and is, based on the content, divided into three basic chapters: *The Introduction* that presents the subject and aim of the research with expected findings; *The Theoretical part* that presents the social and linguistic aspects of the Slovenian language and defines Maribor's non-Standard regional colloquial language in the aspect of social varieties of language, as well as presents the radio as a media, the genres in media and at both radio stations (Radio Maribor, Radio City) whose programs were used as the spoken material for a linguistic analysis; and the essential part of the monograph, *The Empirical part*, that presents the material, as well as a phonetic, morphological and syntactical analysis, and an analysis of vocabulary as well as the means of the intermediary and influencing role of the text in relation to speakers' gender. The analysis of the material includes findings and comments,

and as a whole the monograph brings key summarized findings with a vast selection of Slovenian and foreign literature.

The theoretical part of the monograph consists of six sub-chapters. The *first sub-chapter* highlights the social aspect of Slovenian language due to the social role of the media; language and speech, language and identity, language and communication and language as prestige. An overview of discourse according to the gender of the speakers is especially interesting. The *second sub-chapter* focuses on the linguistic aspect of Slovenian language from the standpoint of its social varieties; the relationship and relation between Standard and non-Standard Slovenian, between the norm and the everyday discourse from the standpoint of the relation between dialect and non-standard language; discourse is highlighted as a transmitter; the roles of spoken texts are presented; and the meaning of topical speech corpus of Slovene is also highlighted. In the *fourth sub-chapter* the author deals with the radio as a medium (radio and the culture of discourse, radio and environment, the differences between national and commercial radio). The *fifth sub-chapter* focuses on the presentation of media genres with an emphasis on the (still) unresolved genres in the spoken media in comparison to the written media and genres.

Two empirically oriented sub-chapters, which discuss the actual linguistic and media situation, are a well thought out complement to the introductory general theoretical sub-chapter: the *third sub-chapter* provides an overall insight into the research and the research findings of the Maribor non-Standard regional colloquial language as the city discourse, and theoretically and empirically positions it among the Slovene non-Standard regional colloquial languages, which will require more attention from the scientific community of the Slovenian (dialectological) linguistic research, as well as a positioning within the final installation in the linguistic social genre system of the various spoken languages, which were observed not only from the – obligatory – structuralistic aspect, but also from the pragma-linguistic aspect. The *sixth sub-chapter* discusses the analysis of two Maribor radio stations, Radio Maribor and Radio City.

The empirical part of the monograph introduces valuable findings from the program's