

Turizam i zaštita prirode i čovjekova okoliša

Željko Španjol

Šumarski fakultet, Zagreb

Sažetak

Turizam, kao društveno-politička, ekonomska i socijalno-kulturna stvarnost današnjeg svijeta više nego ikada u prošlosti postaje vezan uz ekološku problematiku, tražeći u svom razvoju optimum balansirajući između zaštite prirode i okoliša kao svog prirodnog resursa te stvarajući blagodati i profita u suvremenom življenju. Turizam, kao veliki potrošač prostora, shvaća da bez očuvanog kvalitetnog prostora – kojega je sve manje – nema ni njegovog razvoja, te postaje i čimbenikom njegove zaštite. Turizam je također izvanredna mogućnost da se zaštićeni i drugi atraktivni dijelovi prirode ekonomski valoriziraju.

Prema važećem Zakonu o zaštiti prirode (Narodne novine, br. 30/1994) u Republici Hrvatskoj zaštićeno je ukupno 746 objekata, od toga 322 prostorna objekta s ukupnom površinom 463262,17 ha, što čini 7,60% površine Republike Hrvatske. Svi ovi zaštićeni prirodni objekti predstavljaju golem potencijal u turističkoj valorizaciji.

Komplementarnost turizma i zaštite prirode mora se očitovati u koncepciji aktivne zaštite prirode za potrebe turista, ali i u zaštiti prirode od turista.

Ključne riječi: okoliš, priroda, turizam, valorizacija, zaštita

RAZVOJ TURIZMA

Turizam je, kako navodi Andre Railliet, »moderna i miroljubiva invazija« (Marinović–Uzelac, 1986). Međutim, »iako je zaista moderna, ona ne mora u svim svojim aspektima biti i miroljubiva prema geografskoj i ekonomskoj sredini. Niti jedna grana privrede ne unosi istodobno toliko stimulativnih kao i preturbacionih elemenata i faktora u razvoj nekog područja, koliko turizam. To je upravo zato, što je turizam epifenomen, nalazimo ga povezanog sa mnoštvom fenomena suvremenog svijeta i društva. Turizam nije samo privredna grana, već i socijalna pojava, on nije obična migracija, već naročita migracija i to ne samo po količini migranata već i po njihovom ustrojstvu.«

»Turističke su potrebe u osnovi individualno izražene potrebe i njihovo je zadovoljavanje diskreciono pravo svake osobe. Mogućnost i stupanj njihovog podmirenja bitno je ovisan prije svega o dostignutom stupnju ekonomske slobode svakog čovjeka« (Radnić, 1992).

Turizam kao svjetska pojava ima tendenciju stalnog rasta pod utjecajem pozitivnih čimbenika (porast standarda, kupovne snage, turističkih motivacija odnosno potreba, više slobodnog vremena, kulturnih i civilizacijskih razina itd.), ali i negativnih čimbenika (stil života, stresovi, »bijeg od mnoštva«, zdravstveni razlozi itd.).

Turizam stanovništvu visokindustrijaliziranih sredina kompenzira narušenu kvalitetu života i načina rada. Time mu omogućuje odmor, opuštanje, regeneraciju

fizičke i psihičke snage iscrpljene tempom urbanog načina života. Za turizam je značajan slobodan izbor migracijskih djelatnosti. Na taj način turizam, kao jedna od najkompleksnija društvenih i najznačajnijih ekonomskih pojava, s jedne strane rješava određena društvena pitanja i probleme, a s druge strane je jaka ekonomska snaga i nosilac mnogih ekonomskih funkcija. Svojom potrošačkom snagom on inicira razvoj tercijarnog sektora.

Početak turizma, tzv. »paleoturizam«, kako navodi Marinović–Uzelac (1986), nastao je s početkom razvoja ljetovališta i zimovališta u drugoj polovici 19. stoljeća, kada su postale uobičajene promjene mjesta boravka radi odmora ili zabave. Početak turizma bio je ograničen samo na pojedine geografske stacije ili središta koncentrirana na određenim lokalitetima u turističke aglomeracije, prometno dostupne i vezane za postojeći urbanizirani prostor. To je bio turizam viših slojeva i trajao je neko vrijeme i nakon Prvoga svjetskoga rata. »Tako su topličko liječenje i *tours* imućnih građana kroz Europu, posebno prema klasičnoj Grčkoj i Italiji, bili prvi motivi za skitalaštvo »novovjekovnih nomada«, kako svjedoče romani i putopisi (Bayron, Goethe, Stendhal, Mann) iz prošlog i početka ovog stoljeća. Tu je dakle bila riječ o elitnom zdravstvenom i spoznajno–estetičkom turizmu« (Visković, 1993).

Turizam se napose razvio u ovom stoljeću poslije velike ekonomske krize kao rezultat i posljedica izmijenjenih socijalno–ekonomskih mogućnosti i tehnološkog razvitka posebice na porastu produktivnosti rada, razvoju prometa (željeznica, brod, automobil), porastu standarda, promjenama navika i svijesti o potrebi turističke rekreacije. Kao posljedica sve većega pogoršanja psihofizičkih uvjeta rada i kvalitete stanovanja javlja se »masovni turizam«, karakterističan za ovo stoljeće. On uzrokuje velike migracije ljudi, veliku pokretljivost i brzinu promjene boravka. Razvija se novi turizam, tzv. »neoturizam« (Marinović–Uzelac, 1986). Nekadašnji turizam bogatih klasa koristio je ljeti planine, a zimi more. »Masovni« to čini pretežno suprotno. U neoturističkom razdoblju, tzv. »masovnom turizmu«, omogućeno je kontinuirano korištenje turističkih predjela ponajprije zahvaljujući mobilnosti turista. Značajno je što on pokriva cijela područja i regije te tako iz temelja mijenja sliku krajolika. On bitno počinje utjecati na prirodna, geografska, socijalna, tehnička, ekonomska i estetska obilježja, od malih cjelina do čitavih regija koje zauzima turistička djelatnost. Na taj smo način dobili – uz postojeće tipove krajolika, kao što su prirodni izvorni i prirodni intervenirani te umjetni urbani i industrijski – i turistički tip krajolika. Iako on sebe uvijek želi prikazati kao prirodni, on je daleko od prirodnoga, najčešće lišen osnovnog estetskog urbanog rješenja.

Nerijetko se ističe da moderni turizam pretvara prirodni okoliš u »turistički raj« time što ga čuva i poboljšava u smislu novog estetskog ideala. No još su češća gledišta i stavovi koji smatraju da turizam vulgarno transformira i nepopravljivo oštećuje okoliš, premda često i sam turizam služi kao politički argument zaštite prostora. Uočavajući određena destruktivna svojstva turizma, problematiziran je osnovni turistički paradoks koji u osnovi znači da turizam, kao jedna od reakcija na ekološku krizu, služeći se metodama industrijskog rasta i sam generira ekološke probleme i, konačno, potrebu bijega koja se nastoji razriješiti različitim projektima »alternativnog turizma« (Dragičević, 1987). Zbog toga je i turizam specifična gospodarska grana u kojoj su prisutne mnoge funkcije karakteristične za ostale gospodarske grane.

U nas 60–ih godina nastaje nagli procvat »masovnog turizma«. O ekologiji tada, nitko ne vodi brigu, osim znanstvenika koji upozoravaju na štetnost turizma, na

devastaciju okoliša koju on potiče. Upozoravaju da »masovni turizam« uvodi uniformnost u arhitekturi, zabavi, gastronomiji i drugdje. Mala ribarska, živopisna mjesta pretvaraju se u umjetni, isključivo sezonski grad (»turističke meke«, »centri sintetske zabave«), bez tradicije i prošlosti, a s nesigurnom budućnošću.

Tek 70-ih godina počinje se ekološki razmišljati te počinju prve konkretne akcije u planiranju, projektiranju, izgradnji i saniranju radi zaštite okoliša.

Početkom 80-ih godina osnažena je ekološka misao. Djelatnosti na tom polju postaju sastavni dio gospodarskog i političkog planiranja i odlučivanja. Takozvani »masovni turizam« gubi na svojoj poželjnosti, mijenja se turističko tržište u ponudi i potražnji, traže se nove smjernice razvoja i »alternativni vidovi turizma«, koje karakteriziraju nove vrijednosti (raznolikost, čuvanje tradicije, individualnost i sl.). Novo poimanje života krajem 20. stoljeća traži i »novi turizam«.

TURIZAM I PROSTOR

Posebno mjesto u turističkom razvoju i njegovim kretanjima zauzima prostor. »Čovjek u prostoru samo ne živi; on ga i modelira... u tom smislu on stvara geografiju isto tako, kao što stvara historiju« (Jacques Boudeville, u: Marinović-Uzelac, 1986).

Aktivnosti čovjeka u njegovoj povijesti odvijale su se u prostoru i na štetu prostora. I nekad i danas bile su te aktivnosti neracionalne, nerazvijene i štetne za prostor, tj. okoliš. Danas, s obzirom na stupanj razvoja i brojnost pučanstva, one su mnogo učestalije, veće i intenzivnije.

Turizam se prije nego drugi sektori gospodarstva suočio s neracionalnim i štetnim korištenjem prostora, jer »prostor je dio turističkog proizvoda i bez kvalitetnog prostora nema niti turizma« (Vukonić, 1994).

Turizam ga treba za korištenje, a ujedno zahtijeva i njegovu kvalitetu. Zbog toga on zadire u najljepše predjele koji posjeduju najveću turističku privlačnost. Radi velike pokretljivosti potrošača on prodire upravo u takve najosjetljivije zone te predstavlja veliku opasnost izraženu u nekontroliranom i neracionalnom korištenju prostora. Turizam je djelatnost koja je zbog svojega disperzijskog ekstenzivnog razvoja veliki »potrošač« najkvalitetnijih dijelova prirodnog prostora. »Turizam kao žderač prostora« (Vukonić, 1994), ali se s njim u potpunosti ne slaže. Često se u raznih autora navode i pojmovi »uzurpiranje prostora« ili »okupiranje prostora« od strane turizma. No i te su tvrdnje samo djelomično točne. Međutim, turizmu je prirodni okoliš ono što je industriji sirovina, koja se u ovom slučaju u obliku iskorištavanja, prerade i potrošnje odvija u istom prostoru. Stoga turizam mora radi vlastitog razvoja i djelatnosti osigurati i zaštitu prirode i čitavog prostora, jer će ih u suprotnom razoriti.

Planiranje zaštite prirodnog okoliša mora biti integralni dio svih planova društvenoga i prostornog planiranja. Ne možemo reći da je danas problem u ukupnom pomanjkanju prostora, nego u odgovarajućem prostoru za određenu namjenu, budući da dolazi do sve većeg problema krive upotrebe prostora. Način na koji turizam ugrožava prostor jest specifičan, prema nekima i opasniji od industrije zbog opsega, raspršenosti, a posebice zbog potrebe za najljepšim i ekološki najočuvanijim dijelovima prirodnog prostora. Planiranje bilo kojeg područja mora biti usuglašeno s društvenim i ekonomskim ciljevima zaštite životnoga okoliša. Kada se radi o turistički značajnim područjima, to pravilo ima posebnu važnost i težinu, pa mora imati i

posebnu snagu. Pristup turizmu ne prihvaća kriterij pojedinačnih ostvarenja fizičkih struktura, ma koliko one bile atraktivne sa stajališta urbanističkih rješenja, arhitekture, lokacije, pa čak i ekonomike, ukoliko dugoročno ne zadovoljavaju i druge komponente. Takva jednostrana ostvarenja nose sa sobom i posebnu opasnost jer svojom trenutnom djelatnošću, novinom, kao i izgrađenošću koja se opravdava »najekonomičnijim ulaganjem novca«, dovode do nepoželjne koncentracije grešaka i promašaja. Turistička izgradnja, obično u najkvalitetnijem prostoru umjesto da se odvija tako da se prirodni i izgrađeni elementi okoliša prožimaju i dopunjuju u prirodno-humanom jedinstvu, zapravo samu sebe osuđuje na degradaciju. Taj problem postaje sve aktualniji kada se ima na umu da se rezervne površine za rekreacijska područja smanjuju sve brže, dok se potreba za njima sve više povećava pa prijeti ozbiljna oskudica njima.

Kada govorimo o planiranju prostora za potrebe turizma, možemo govoriti o planiranju potencijalnih turističkih područja u sklopu cjelokupnog prostora i o planiranju optimalnog rasporeda sadržaja i kapaciteta turističkih funkcija u danom području, što je već stvar projektiranja i stvaranja prihvatljive arhitektonske estetike (uklapanje i prilagođavanje okolišu).

Jedan od načina rješavanja ove problematike je uvođenje i definiranje pojma *carrying capacity* za koje Vukonić (1994) kaže da: »nije neka fiksna veličina, već više metoda kojom treba uspostaviti objektivan odnos između okruženja (okoline) i njezinih korisnika«. Još nije razvijena kvantitativna metoda koja bi definirala ovaj pojam, budući da je on »sredstvo identifikacije praga« (Getz, 1983, u: Vukonić, 1994) »fizičkog, biološkog, sociološkog i psihološkog kapaciteta« (Linsay, 1986, u: Vukonić, 1994) i naprosto »prihvatni potencijal« (Klarić, 1994).

Pojam prihvatnog potencijala u turizmu je sam po sebi vrlo jasan te se u svim novijim dokumentima Programa za okoliš Ujedinjenih naroda (UNEP-a) i Svjetske turističke organizacije (World Tourism Organization – WTO) definira kao »maksimalni broj turističkih korisnika koji simultano posjećuju turističko mjesto bez neprihvatljivih poremećaja fizičke, ekonomske i socio-kulturne okoline, kao i bez neprihvatljivog smanjenja kvalitete zadovoljstva posjetilaca«. Ipak, pokušava li se taj prihvatni potencijal kvantificirati, javljaju se mnogobrojni problemi, posebice u slučajevima teško mjerljivih elemenata vezanih za socio-kulturnu problematiku (Klarić, 1994).

S obzirom na kompleksnost ove problematike, Klarić (1994) smatra da prilikom određivanja turističkog prihvatnog potencijala valja razmatrati sljedeće tri grupe parametara: a) fizičko-ekološko-infrasturkturnu, b) socio-demografsku i c) političko-ekonomsku.

Postojeće bogatstvo raznolikosti turističkog prostora mora se održavati i unapređivati. Svako smanjenje raznolikosti u nekom predjelu donosi i njegovo osiromašenje kao biološkog, estetskog, a samim time i rekreativnog i turističkog potencijala: jedna od potreba i mogućnosti u turizmu jest i skladan, prirodan i nenagrđen krajolik.

Činjenica je da danas turizam sve više preferira kontakt čovjeka s prirodom, njezinim potpunim doživljajem. To se posebno odnosi na sve bogatije slojeve Europe, Amerike i Japana. Opći porast standarda i stupnja naobrazbe stanovništva najrazvijenijih zemalja svijeta, uz istodobno poboljšanje kvalitete i brzine prijevoza, pridonio je razvoju turizma u nekim turistički posve nepoznatim zemljama, kao što su Sejšeli, Maldivi, Šri Lanka, Gambija i druge. Trendovi rasta turizma Oceanije, Dalekog istoka,

Kariba i crne Afrike mnogo su izraženiji od trendova rasta u Sredozemlju, a ta odredišta postaju sve popularnija ne samo zbog egzotičnosti krajolika i klimatskih pogodnosti nego i zbog očuvanosti okoliša (Klarić, 1987). Upravo takva turistička kretanja dokazuju da se ne možemo više orijentirati samo na zaštitu prostora pojedinih prirodnih predjela (rezervata) već moramo poduzeti zaštitu čitavog prostora utemeljenu na ekološkoj te urbanističkoj i prostorno-planskoj regulativi. Turistički najrazvijenije europske zemlje, Španjolska, Italija, Grčka i dr. susreću se sve više u svojoj turističkoj prezentaciji sa sve istaknutijim problemom nemogućnosti prezentiranja ekološki prihvatljivih prostornih cjelina. One su dobar dio svojih urbanih i prirodnih prostora degradirale do te mjere da su prestale biti turistički motiv. Prema tomu, ako u svijetu postoji tendencija prema takvu obliku turizma, tj. postoji turistička potražnja, potrebno je postupno se orijentirati na takav oblik turizma u onim prostorima gdje je to moguće, odnosno na određenu turističku potražnju treba odgovoriti adekvatnom turističkom ponudom. Možemo stoga s punom odgovornošću tvrditi da će turističku budućnost imati one zemlje koje će imati sačuvaniji cjelokupni prostor i ekološki stabilnu prirodu.

ZAŠTITA PRIRODE I ČOVJEKOVA OKOLIŠA I TURIZAM

Turizam i zaštita prirode počeli su se paralelno razvijati na višem stupnju društveno-ekonomskog razvoja, i to razvojem industrijalizacije, prometa i urbanizacije. Stoga činjenicu proglašenja prvoga nacionalnog parka u svijetu, Yellowstona (u SAD-u) i organiziranja prvog turističkog putovanja oko svijeta 1872. godine (Thomas Cook), treba shvatiti prije kao uzročno povezane pojave nego kao slučajnost. Kako se pod zaštitu stavljaju ekološki vrijedni a prirodno atraktivni objekti, dijelovi ili fenomeni prirode, svakako da oni čine vrlo tražene turističke motive.

Veća pozornost počela se tome posvećivati posebno nakon Prve konferencije Ujedinjenih naroda posvećene zaštiti čovjekova okoliša u Stockholmu 1972. godine. Opća ekološka kriza i globalna opasnost koja prijete čovječanstvu uvjetovali su održavanje Druge konferencije UN-a o okolišu i razvitku (UNCED '92) u Rio de Janeiru.

Nepobitno je da turizam štetno djeluje na prirodu na više načina:

- velikim brojem posjetilaca
- organizacijskim i tehničkim mjerama (nekontrolirana, neplanska, prekomjerna, stihijska i neracionalna izgradnja, narušavanje turističko-ambijentalne ravnoteže i povećana aero- i hidro- zagađenja, preopterećenost lokalne infrastrukture)
- hotimičnim ili slučajnim oštećenjima koja izazivaju turisti.

Sve to donosi višestruku fizičku i estetsku štetu i znatno mijenja kompaktnost i prirodnost prostora, a svako uništavanje prirodnih dobara nanosi izravne ekološke štete turizmu: on time ostaje bez svoje prirodne baze i osnovnih uvjeta za razvoj. Zbog toga se postavlja opravdano pitanje: treba li prirodu očuvati netaknutu ili je racionalno iskorištavati? Vjerojatno nije moguće dati odgovor odlučan. Rješenje se krije u činjenici da turizam sve više postaje ekonomska snaga u svijetu, temeljen na korištenju prirodnih i kulturnih resursa. Međutim, istodobno raste optimizam i potreba da se sačuvaju te vrijednosti. Mora postojati ekonomska i ekološka povezanost u turističkoj djelatnosti. Samo na taj način mogu se razne intervencije održati u skladu i mjeri, tj. na minimalnom gubitku prirodnosti gdje je to nemoguće izbjeći (Španjol 1993).

Sve više dolazi u pitanje Jungova sintagma »Turizam – blagodat ili pošast«, koja zaokuplja i vodi turističke planere i mislioce. Turizam mnogi nazivaju »industrijom 21. stoljeća«. Znamo što je dobro i loše donijela čovjeku »industrijska revolucija«, a osjećamo i posljedice početka »turističke revolucije«. Stoga je primarni zadatak odrediti kako prostorno smanjiti i ekološki raspodijeliti ekspanziju njegova rasta i razvoja te ublažiti, sanirati ili isključiti svako njegovo nepovoljno djelovanje i utjecaje.

Zaštita okoliša i izbjegavanje ekološke problematike u turističkom razvoju nije samo pitanje domaće (autohtone, domicilne) ekonomije, tj. ekonomije dotične turističke destinacije, već to, kako navodi i Vukonić (1994), zadire u međunarodne odnose i interese, budući da zagađenja vode, tla, mora, zraka ne poznaju granice i često se odražavaju u gopodarskoj djelatnosti, napose turističkoj, susjednih zemalja. Dakle, turizam mora neprestano »balansirati i tražiti optimum u procesu razvoja, između ekoloških potreba i potreba zaštite prirodnog resursa s jedne, te stvaranja uvjeta za život primjeren čovjeku s druge strane«.

Negativni utjecaji turizma jesu:

1. fizička ili prostorno–ekološka (estetska i ekološka) degradacija krajobraza i okoliša;

2. socijalno–ekonomska degradacija (deformirani oblici trgovine, inflacija, napuštanje ostalih gospodarskih i tradicionalnih djelatnosti, jednostrani ekonomski razvoj – monoprivreda, povećanje socijalnih razlika);

3. društvena i moralna degradacija (stjecanje novih navika, pojma vrijednosti, kriminal, psihološki učinci sudara raznih kultura i ekonomskih svjetova, otuđenje, gubljenje kulturnog identiteta domaćeg stanovništva, seks–turizam, rasizam i dr.);

4. demografska degradacija (starenje populacije, migracije, problemi vezani uz sezonski rad u turizmu, depopulacija zaleđa uz istodobno pretjerano povećavanje broja stanovnika obalne zone).

Zakon o zaštiti prirode i Zakon o zaštiti okoliša te drugi zakoni i zakonske uredbe predviđaju posebna prava i obveze u čuvanju prirodnih vrijednosti kada je riječ o načinu turističkog planiranja i načinu izvođenja pojedinih građevinskih zahvata koji bi mogli unakaziti ili nanijeti estetsku štetu pojedinim mjestima ili krajevima. U Zakonu o zaštiti prirode istaknuto mjesto zauzima uključivanje turističkih djelatnika u organe koji imaju nadzor nad zaštićenim prirodnim objektima.

Treba ipak reći da današnji konflikti i problemi ne nastaju uvijek zbog nedostatka kvalitetnih planova, nego zbog njihova drastičnog narušavanja ili potpunog mimoilaženja pri realizaciji, dakle pri korištenju i raspolaganju prostorom – ne po planu već prema »višim« interesima. Osim planiranja za zaštitu prirode važna je i dosljedna provedba tih planova te pravna regulativa i odgovarajuće službe.

Već je rečeno kako su interesi zaštite prirode i turizma većinom usko povezani. Upravo ta povezanost prisiljava obje djelatnosti da djeluju koordinirano na svim poljima: na zajedničkom očuvanju prirodne ljepote, pejzaža, posebno zaštićenih objekata prirode, kulturnih ruralnih spomenika i cjelina, rijetke flore i faune, lova i ribolova, na planiranju, uređenju i sanaciji prostora, na zajedničkim promotivno–edukativnim i obrazovnim akcijama. Međutim, u praksi se često ta koordinacija prekida, osobito onda kad prevladavaju uski interesni ciljevi. Mora se reći da turizam kao visokoprotivna grana privredivanja, zanesen u svom materijalnom stjecanju, zabo-

ravlja osnovna humana i ekološka gledišta te prirodu počinje gledati kao svoj ukras, sredstvo koje prilaže svojim uslugama (mir i čistoća prirode). Ponekad se i žmireći prelazi preko nekih »aktivnosti« turista u prirodi, ili čak u ime viših interesa i sam turizam zađe u prirodu, ili ponudi onaj dio prirode koji smatra nužnim za svoju djelatnost. Zaštitari prirode znaju se ponekad pasivno ili čak odbojno odnositi prema turizmu, smatrajući ga najvećim neprijateljem prirode. Tada nisu spremni stupiti u dijalog i snagom argumenata rješavati sporove. U svakom slučaju za mnoge probleme moguće je naći kompromisna rješenja npr. smanjivanje nekih zaštićenih područja u korist turizma, ali ne na štetu ekološke stabilnosti i cjelovitosti, ili pak odricanje turizmu prava na neka područja za dobrobit općih koristi u zaštiti okoliša.

Osnovni problem današnjeg čovjeka jest kako uskladiti razvoj a ne odreći se blagodati koje on donosi, te pri tom očuvati prirodu i kvalitetan okoliš kojem prijete ozbiljno ugrožavanje prethodnome. Tako je 1974. godine u Cocoyocu izdana deklaracija (*Cocoyoc Declaration*) koja se bavila razvojem čovječanstva i zaštitom okoliša. U njoj je sadržan i koncept nazvan *sustainable development* (Starc, 1994). Tada tek naznačen, taj se koncept danas razvija kao strategija u rješavanju nesklada čovjekove djelatnosti i njezine negativne posljedice za prirodu i okoliš.

Glavnu bit održivog razvoja kratko i razumljivo daje Starc (1994) kada navodi da je »čovjekov razvoj održiv ako se prirodni ekosustavi koriste kao resursi rasta proizvodnje i potrošnje, ali se slijedećim generacijama ostavljaju neumanjene kakvoće i iskoristivosti«.

Iz *sustainable development*, koji se pak razvio iz ekološkog pokreta i načina razmišljanja o svekolikoj budućnosti, proizašao je *sustainable tourism* (podnošljiv, održiv, suzdržan, obziran turizam) To je danas najprihvaćeniji termin u turističkom svijetu napose nakon seminara Svjetske turističke organizacije iz 1989. u Tamanrassetu u Alžiru. Prema tome *sustainable tourism* bio bi definiran kao »sve forme turizma koje respektiraju sav prirodni, izgrađeni i kulturni okoliš zemlje domaćina, kao i interese svih uključenih« (Vukonić 1994).

Mnogi turistički teoretičari koriste i smatraju prikladniji naziv *responsible tourism* (odgovorni turizam), jer u tom terminu vide, kako kaže Vukonić (1994), najbolji smisao koji odražava želju za promjenama stanja i odnosâ koji vladaju turizmom i oko njega. Drugim rječima, odgovorni je turizam pokušaj da se nađu i populariziraju razborite i prihvatljive varijante turističkog življenja, sa stajališta i za potrebe svih subjekata koji djeluju u fenomenu turizma. Zbog toga odgovorni turizam predstavlja opće i zajedničko razumijevanje, solidarnost i jednakost svih sudionika u turističkom procesu.

Raznovrsne funkcije turizma omogućuju afirmaciju mnogih udruga građana. Stvaralaštvo, entuzijazam, društveno–odgojne i druge komponente koje udruge razvijaju imaju veliko značenje za ostvarivanje ciljeva i zadataka u turizmu. One pridonose njegovanju turističkih motiva i unapređivanju turističke ponude mjesta u kojem djeluju, populariziraju odmor i rekreaciju, razvijaju navike i organiziraju turistička putovanja, rade na zaštiti prirodnih vrijednosti prostora, na turističkom opremanju i uređenju mjesta i pojedinih lokaliteta. Obavljaju također informativno–propagandnu i komercijalnu djelatnost, potiču kreatore, proizvođače i trgovinu u području domaće radinosti i suvenira, i drugo. Moderni oblik turističke djelatnosti traži sposobne pojedince i organizacije koje znaju animirati prohtjevnoga i neodlučnog turista. Osim toga time će pridonijeti boljoj prezentaciji motivskih i ekoloških vrijednosti prostora

i turistima skrenuti pozornost na potrebu njihove zaštite i čuvanja. Zbog zajedničkih interesa trebaju se osnivati tijela od predstavnika zaštite i turizma, koja će se brinuti o prirodnom bogatstvu i okolišu kao zajedničkom interesnom području. Zajedničko dopunjavanje i uklanjanje nesporazuma mora biti u prvom redu argumentirano znanstvenim i iskustvenim spoznajama kako bi se izbjegla bilo kakva prisnost i da se ne bi zanemarila ili podredila bilo koja strana. Dodirne točke tako moraju biti usklađene da turizam izvor svoje profitabilnosti nalazi u pravilnom vrednovanju prirodnih predjela, a okoliš aktivnog zaštitara, od čijih će se sredstava dio upotrijebiti za njegovu zaštitu i valorizaciju.

TURISTIČKA VALORIZACIJA DIJELOVA PRIRODE

Različita su mišljenja i stavovi utemeljeni na vrlo mjerljivim argumentima mnogih autora o tome treba li prirodu ostaviti netaknutu ili je racionalno iskoristiti. Turizam je gospodarska grana koja se oslanja, razvija, opredjeljuje i ostvaruje na primarnim vrijednostima prirodnog okoliša.

On je izvanredna mogućnost da se zaštićeni i atraktivni oblici prirode ekonomski valoriziraju, posebno usklađivanje ciljeva zaštite sa stupnjem i oblikom turističkog razvoja. Zaštićeni prirodni prostori pružaju šansu aktivne zaštite, korištenja i unapređenja prirodnog okoliša u tom prostoru. Zbog svoje masovnosti turizam je izvanredna prilika da se preko turista kao medija širi propaganda o potrebi zaštite prirode. Time se još jednom potvrđuje uzajamnost veze zaštite prirode i turizma. Njihova višestruka mogućnost prezentacije očituje se u rekreativnim, izletničkim, ekskurzijskim turističkim kretanjima. S obzirom na ograničene mogućnosti korištenja zaštićenih dijelova prirode, kao i na opću, odnosno specifičnu zaštitu tih dijelova prirode, očito je da se i zaštićeni dijelovi prirode mogu koristiti samo strogo kontrolirano i usmjereno. U tom smislu ograničavaju se klasični oblici turizma, a prednost se daje onom znanstvenom (znanstvenoistraživačkom), izletničkom, seoskom, zdravstveno-rekreativnom, ribolovnom (lovnom), edukativnom (škole u prirodi) i sl. U praksi gotovo da i nema samostalne vrste turizma već se više njih isprepleće i nadopunjuje. Karakteristika posebno zaštićenih objekata prirode znači svodenje svih oblika korištenja na ekološki dopuštene, a ekološki su oblici korištenja ograničeni. Oprema prostora zaštićene prirode treba uz poštovanje ciljeva zaštite prirode omogućiti nesmetano odvijanje turističkog prometa. Dakle treba uspostaviti kontakt između prirodnog ambijenta i korisnika, tj. turističke klijentele. To će se postići ako je prirodni prostor sačuvao dovoljno prirodnosti, svoju izvornost. Uopće, prostor svih zaštićenih objekata ne može se planirati za potrebe turizma prema prostornim mogućnostima, već prema ekološkim. Također je vrlo bitna arhitektonska izvedba podignutih objekata. Ona se mora prilagoditi neposrednom ambijentu i okolnom krajoliku. Svaki objekt mora biti pomno lociran da ne nagrđuje i ne ometa prirodne vizure. To se posebno odnosi na individualnu izgradnju koja se najčešće locira u najatraktivnijim prirodnim predjelima i neposredno prisvaja te predjele.

Kada govorimo o zaštićenim prirodnim cjelinama (objektima), moramo spomenuti kako oni pružaju izrazitu priliku za prezentaciju mnogih djelatnosti, kao što su znanstvenoistraživačke ekskurzije, osnivanje stručnih službi za prezentaciju i čuvanje (stručni vodiči, čuvari i sl.), održavanje kulturno-zabavnih manifestacija, održavanje stručno-znanstvenih skupova u prostoru zaštićenih objekata prirode i slično.

Rečeno je da turizam podrazumijeva određene zahtjeve privlačnosti, da bi mogao biti adekvatno valoriziran. To su (Španjol, 1993):

- lijepi i očuvani prirodni predjeli i njihova što veća raznolikost i atraktivnost,
- specifičnost dane sredine koja se razlikuje od sredine iz koje turisti dolaze
- povijesni i kulturni spomenici,
- različite kulturne znamenitosti i dobra,
- ugodni klimatski i drugi uvjeti okoliša koji čine povoljne elemente boravka za to područje
- razni oblici zabave i razonode.

»S ekonomskog i ekološkog aspekta bitna je konstatacija, da su u pravilu ekološka osjetljivost određenog prostora i njegova turistička atraktivnost upravo proporcionalni iz čega se može zaključiti da racionalno turističko korištenje određenog područja, ovisno o ekološkoj osjetljivosti tog područja, može osigurati dovoljno sredstva za zaštitu tog područja« (Kušen, 1987). Neki se zaštićeni objekti i samofinanciraju, npr. neki nacionalni parkovi. Po svojim temeljnim atributima svaki posebno zaštićen prirodni objekt ima obilježja turističkog atraktivnog motiva. Dva su osnovna parametra međuodnosa turizma i zaštićenoga prirodnog objekta uvijek prisutna:

1. atraktivnost zaštićenog objekta za posjet turista,
2. utjecaj (negativni i pozitivni) turizma na zaštićeni prirodni objekt.

Ne možemo govoriti o turističkoj valorizaciji prirode a da ne spomenemo i valorizaciju pokretne i nepokretne kulturne baštine, jer, kako kaže Vidaković (1989) »kultura nije stvarala turizam već je ona utjecala na njegov razvoj i uz prirodne resurse glavni je oslonac turističkog razvoja svakog mjesta, regije i šire«. Ona je »zbir sveukupnih proizvodnih, materijalnih i duhovnih dobara, društvenih odnosa i dostignuća koja su razvijala društvo, te sve ono što pridonosi razvoju ljudskih sposobnosti«. Dakle, to su dostignuća povijesnog stvaralaštva nekog naroda u njihovu materijalnom i duhovnom obliku.

Zaštita prirode obuhvaća, osim očuvanja prirodne baštine, i očuvanje kulturne baštine. Cilj je da se ona sačuva od propadanja, oštećenja i razaranja. Također zadaća nam je da kulturna baština ostane u spoju s prirodom i u svom povijesnom okviru. Tako pravilno valorizirana kulturna baština traži svoju široku prezentaciju. Da bismo sačuvali i obnovili to neprocjenjivo bogatstvo, koristit ćemo se metodama obnove, kao što su konzervacija, revitalizacija, restauracija, rekonstrukcija, rekompozicija, replika (Obad-Šćitaroci, 1992).

Turizam kao gospodarska grana i sociološki fenomen nezaobilazan je čimbenik u kulturnim gibanjima zbog njegove specifičnosti okupljanja raznih naroda u različitim interesnim sferama na jednom prostoru. Kao najizrazitiji oblik okupljanja u ovom stoljeću, on je omogućio da dođe do stapanja kultura, pobuđivanja interesa za druge, manje poznate kulture i običaje. Kultura ne poznaje granice, iako je često u sprezi s političkim ciljevima i događajima, s političkom poviješću. Ona nema nacionalnih granica jer kulturni identitet može biti mnogo širi od granica jedne sredine, kako piše Vidaković (1989).

Jafar Jafari (Vidaković, 1989) dao je definiciju onih »segmenata kulture« koje on s turističkoga gledišta smatra najrelevantnijima: »Turizam po svojoj vlastitoj prirodi

stimulira dodir triju kultura: 1) lokalne kulture, 2) turističke kulture, 3) uvezene kulture. Važno je prepoznati individualnost svake i onda proučiti njihovu dijalektičku vezu kao 4) mješavinu kulture«.

Jast Krippendorf (u: Danko, 1992) smatra da je turizam oduvijek postojao na osnovi prirodnih ljepota i krajolika no on je i opasnost za ta dva elementa.

Ljudi su u sve većoj mjeri svjesni važnosti zaštite okoliša, a osobito oni koji putuju kao turisti. Svjedoci smo rasta tehnološke svijesti turista u njihovoj potrazi za sve manje saturiranim područjima. Ankete koje provodi Institut za turizam iz Standberga pokazuju da je 1985. godine 30% turista koji borave u inozemstvu obraćalo pozornost ekološkim problemima, dok je 1989. godine taj broj iznosio već 48%. To upućuje na razvoj svijesti o važnosti čiste prirode i okoliša, te ekologija postaje dominantan čimbenik u izboru mjesta ljetovanja. Na taj način stvoren je koncept »mekanog turizma«, koji usklađuje socijalne potrebe sa zahtjevima zaštite okoliša, interesima lokalnih zajednica i turista (Danko, 1992).

Jedan od oblika selektivnog turizma jest i ekološki turizam sa svim svojim mogućim modelima i oblicima ponude. Kako navodi Vukonić (1994), on je naprosto sprega između ciljeva i potreba zaštite prirode i okoliša, s jedne strane, i turizma, s druge strane. On je doveo do savezništva zaštite prirode i turizma.

»Ekoturizam zato nije samo pojam ekološki zdravog turističkog putovanja, već se radi o naporu da se u okviru turizma izvrši odgovarajuća zaštita resursa« (...) »ekoturizam je takav oblik turizma koji sudjeluje u zaštiti resursa« (Vukonić, 1994).

Uzmak masovnog turizma ne treba shvaćati doslovno, već bi se, kako navodi Vukonić (1994), prije moglo govoriti o »kvalitativnim promjenama u fenomenu masovnog turizma«.

Lengyel (1989) navodi profesionalizam, a otuda i odgoj i obrazovanje, kao jedan od glavnih kriterija za daljnji razvoj turizma. Na važnost kvantitativnih i kvalitativnih promjena u međunarodnoj turističkoj potražnji upozorava Costa (1989): »Tendencije, koje su u uzajamnom odnosu s intenzifikacijom međunarodne konkurencije, bilo zbog pojave novih realnosti, bilo zbog sadašnje značajne privlačnosti pojedinih destinacija, mogu brzo dovesti svako tržište u uvjete marginalizacije, ukoliko se ne ostvare potrebne korektivne intervencije.«

Pojave i objekti na prostoru čine turističke motive koji su razlogom turističke eksploatacije. S tog razloga treba ih turistički valorizirati. Turistička valorizacija rješava pitanja definiranja turističkih smjernica i opsega turističke izgradnje, obogaćenja infrastrukturu, promicanje turizma itd. Ona se provlači kroz znanstvenoteorijska istraživanja modernog turizma, ali je od iste važnosti za modernu operativu. Neadekvatna valoriziranost posljedica je nedovoljne istraženosti turističkih motiva na određenom prostoru, komplementarnosti s drugim vrstama turističkih privlačnosti, kao i uzajamnog prožimanja konaktnih zona, motiva i disperzijskih zona matičnih mjesta kao ishodišta turista. Vrijednosti u turizmu postoje, njima objašnjavamo smisao turističkih kretanja. Nužna su podrobna proučavanja vrijednosti, a za razvoj turizma od posebnog je značenja pitanje valorizacije. Kategorije vrijednosti moraju posjedovati svojstvo da zadovoljavaju određene čovjekove potrebe. U turističkoj ponudi kao tržišnoj kategoriji razlikujemo motive, usluge i cijene. Sama turistička valorizacija razumijeva ocjenu vrijednosti turističkih motiva. Različite kategorije objekata i pojava imaju svojstvo motiva. Svi objekti i pojave iste vrste imaju svojstvo turističkih motiva,

a svi turistički motivi imaju različit rang vrijednosti. Atraktivnost je svojstvo turističkih motiva kojim se oni razlikuju od pojava iste vrste, ali također i u međusobnom uspoređivanju. To je specifičan odnos turističke potrebe i turističkog motiva (Jovičić, 1983).

»Pozicija resursa u turizmu u mnogome se razlikuje od pozicije resursa općenito u razvoju neke sredine. Prije svega, za turistički razvoj je presudno neposjedovanje prirodnog resursa. Ako neko područje ne raspolaže prirodnim resursom, nemoguće ga je nadomjestiti, a u suvremenim turističkim tijekovima prirodni resurs po svojoj privlačnoj snazi još uvijek nadmašuje ono što napravi čovjek« (Vukonić, 1994).

Isti autor napominje kako mnoge turističke destinacije nisu uspjele u turističkom razvoju iako su imale izrazito privlačne resurse, stoga što nisu imale ostale preduvjete da ih valoriziraju. Jer osim adekvatnog prirodnog resursa, treba posjedovati i neke ostale preduvjete, koji su ponekad preduvjet turističke valorizacije, čak i limitirajući. Tako su prometni uvjeti preduvjet turističke valorizacije svake, i »najturističkije« destinacije.

Nedostatak kvalitetnih prirodnih resursa danas se u turističkoj ponudi nadomješćuje raznim proširenjem turističkih sadržaja. Kako navodi Vukonić (1994), to je dovelo do pronalaska mnogih nadomjestaka za prirodnu atraktivnost u mnogobrojnim atraktivnim, ali artificijelnim sadržajima, poglavito u području zabave i sporta.

Valorizacija prirodnih predjela, posebice u turističkoj djelatnosti, uglavnom je predmetom teorijskog pitanja jer se ne mogu dati definitivni odgovori. Mnogi autori razrađuju svoje kriterije i modele valorizacije. Ponekad je i nerazumno inzistirati na kvantitativnim metodama i matematičkim formulama izražavanja ekoloških vrijednosti i parametara. To zahtijeva točno definiranje pojmova turističke valorizacije i utvrđivanje metodologije prema ciljevima istraživanja i specifičnostima postavljenog zadatka.

Sama valorizacija prirodnih objekata obuhvaća niz mjera kojima se mora osigurati određeni režim zaštite i održavanja. Tim se mjerama moraju:

- osigurati osnovne namjene konkretnoga životnog okoliša, odnosno njegovih dijelova i njegovu receptivnu mogućnost,
- racionalno korištenje svih oblika prirodnih predjela koji služe turističke svrhe,
- maksimalno poštovanje i održavanje ekološkog sustava,
- očuvanje prirodnog karaktera okoliša,
- očuvanje originalnosti i unapređenje estetike krajolika,
- zaštita od svih vrsta kemijskoga i biološkog onečišćenja,
- zaštita estetskih vrijednosti prirodnog ambijenta,
- nekontrolirana izgradnja vikend-kuća i naselja,
- neadekvatna arhitektonska rješenja,
- izgradnja novih objekata u duhu tradicionalne arhitekture koji podižu estetsku vrijednost krajolika,
- zaštita i revitalizacija kulturnih i etnoloških dobara i spomenika,
- revitalizacija tradicionalnih djelatnosti i obrta,
- provoditi adekvatan marketing i promociju.

Redovito se mjere održavanja, zaštite i unapređenja konkretnih prirodnih prostora razlikuju prema svojoj namjeni, stanju, kategoriji zaštite i drugome. Tako prirodni predjeli koji su manje izmijenjeni antropogenim utjecajem (izvorniji su) zahtijevaju i strože mjere zaštite.

Samo tako moći će se očuvati prirodni okoliš, koji će biti jamstvo humanijem i ugodnijem životu i boravku u takvoj harmoničnoj cjelini. On će ujedno biti i pravilno vrednovan i zaštićen od svakog eksczesnog djelovanja. Iskorištavanje prirodnih dobara i prirodnog prostora u funkciji turizma treba biti vrlo racionalno i strogo planski, uzimajući u obzir i aktivnu zaštitu tih dobara, jer je njihova namjena dugoročno služenje turističkoj namjeni.

ZAŠTIĆENI OBJEKTI PRIRODE U REPUBLICI HRVATSKOJ

Prema važećem Zakonu o zaštiti prirode (Narodne novine, br. 30/1994) u Republici Hrvatskoj zaštićeno je ukupno 746 objekata, od toga 322 prostorna objekta s ukupnom površinom 463262,17 ha, što čini 7,60 % površine Republike Hrvatske. Posebno zaštićeni dijelovi prirode prema Zakonu razdijeljeni su u 9 kategorija:

1. Nacionalni parkovi	7	85485,00 ha
2. Park prirode	6	317502,00 ha
3 Strogi rezervat	2	2395,35 ha
4 Posebni rezervat (šumski 32)	70	31680,09 ha
5 Park šuma	23	7659,91 ha
6 Zaštićeni krajolik	28	17544,52 ha
7 Spomenik prirode	72	82,87 ha
8 Spomenik parkovne arhitekture	114	912,43 ha
9 Pojedina biljna vrsta	44	
Pojedina životinjska vrsta	380	
	746	463262,17 ha

Svaka kategorija posebno zaštićenih dijelova prirode može naći svoje mjesto u turističkoj valorizaciji. Osim navedenih općih načela i ciljeva, moramo znati da svaki od zaštićenih ili prirodnih objekata traži specifičan i jedinstven pristup i metodu organizacije, ovisno o njegovu prostornom i bioekološkom obilježju. Posebno se to odnosi na prostorne objekte.

ZAKLJUČAK

Turizam je globalni proces migracija koji polazi od društvenih i ekonomskih čovjekovih sloboda. Dok je prije više bio produkt ljudske psihe i navika, danas je često i potreba. Kao društveno-politička, ekonomska i socijalno-kulturna stvarnost današnjeg svijeta on je uvijek nastajao zbog blagostanja te donosi blagostanje drugima.

Moramo biti svjesni da turizam u sebi nosi opasnos razaranja svoje vlastite baze, a to je prirodni okoliš. Na taj način može sam sebi postati negacijom: razori li do te mjere okoliš da on postane bespredmetnim kao povod turističkog posjeta ili boravka.

Upravo se stoga u granicama minimalnog i maksimalnog prihvatnog potencijala nalaze odrednice održivog (*sustainable*) turizma, koji treba težiti skladnom gospodarskom razvoju.

Dvije su osnovne aktivnosti koje s prostorom moramo provoditi u planiranju. Jedna je kako osposobiti prostor za prihvat posjetilaca, a druga je kako u isto vrijeme sačuvati kvalitetu tog prostora, koja je jedan od razloga dolaska turista. Turističke zone moraju biti temeljene na analizi prirodnih, prometnih i ekonomskih čimbenika. Ne može biti dileme – privredni razvoj pa zaštita prirode. Dosad se uglavnom polazilo od kratkoročnih ekonomskih interesa i ograničenih investicijskih mogućnosti, čime se podredio interes zaštite okoliša. Nije se gledalo na dugoročne negativne posljedice takva odnosa ili, još gore, na trajni gubitak djelatnosti, estetike i ekološke vrijednosti. Sanacija i uređenje tada višestruko prelaze cijenu moguće preventivne zaštite. Uništavanjem prirodnih predjela te stihijskim razvojem turizma dovodimo u pitanje očuvanje, zaštitu i uređenje okoliša te održavanje trajne aktivnosti prirodnih vrijednih prostora koje smo turistički valorizirali.

Da bi turizam imao pozitivnu ulogu u društvenom razvoju te da bi se izbjegle kolizije inkompatibilnih funkcija, moraju se zadovoljiti određena načela planiranja, kako bi se zadovoljile sve društveno–ekonomske, ekološko–zaštitarske te socijalno–kulturološke pretpostavke razvoja turizma.

1. Integralni pristup planiranju (mikro– i makro–) prostorâ uključenih u turističku djelatnost radi optimalnog (ponekad i ograničenog) korištenja prostora. To uključuje pravilni raspored turističkih sadržaja na adekvatne lokacije da bi se sačuvala vrijednost krajolika, kulturnih i povijesnih obilježja, biološko–ekološka stabilnost prirodnih ekoloških sustava te socijalno–kulturološka obilježja i način života domaćih stanovnika.

2. Adekvatno planiranje svih oblika infrastrukturnih sadržaja u prostoru.

3. U planiranju turizma u obzir treba uzeti i turističku valorizaciju potencijalnih turističkih predjela, ne uvijek samo onih najatraktivnijih. I oni prostori s manje atraktivni zbog pomanjkanja pojedinih atributa, mogu se (i trebaju) turistički osmisлити (npr. obala bez zelenila i sl.).

4. Turistički razvitak određenog mjesta, kraja ili regije mora biti čimbenik unapređenja i povezivanja cjelokupnog gospodarstva koje je na mnoge načine sastavni dio turističke i ugostiteljske ponude (poljodjelstvo, ribarstvo, obrtništvo i sl.).

5. Turizam u svom razvojnom procesu mora biti nosilac depopulacijskih trendova naših turističkih odredišta. To će se postići edukacijom u turizmu te stimulativnim ekonomskim mjerama (subvencije, krediti i dr.).

6. Putem svih medija neprestano treba utjecati na svijest korisnika prostora radi potrebe njezinog očuvanja i zaštite.

7. Sve aktivnosti u prostoru trebaju imati zakonsko utemeljenje. One djelatnosti koje potiču zaštitu i očuvanje okoliša treba stimulirati, dok svaku djelatnost pozitivnu prirodi i kvaliteti okoliša strogo zakonski sankcionirati i destimulirati. Treba osigurati

neprestani monitoring utjecaja gospodarskih djelatnosti, a time i turizma, na prirodu i kvalitetu okoliša.

Do kolizije između zaštite prirode i turizma dolazi kada:

1. turizam teško prihvaća ograničenja korištenja prirode, napose zaštićenih prirodnih objekata,
2. kada se zanemari očuvanje i zaštita prirode,
3. kada se turizam razvija preko mogućih uvjeta koje ta priroda pruža,
4. kada se turizam razvija suprotno od prostornih planova, neplanski i stihijski vođen kratkoročnim profitabilnim planovima i lokalnim interesima.

Stoga turistička djelatnost mora biti zainteresirana da racionalno koristi prirodni okoliš, da bi takav atraktivni okoliš mogao koristiti turizmu i da kao takav ostane sačuvan u svim svojim atributima. Dakle, možemo reći da borba za zdravu i očuvanu prirodu i okoliš znači i borbu za očuvanje turističkog resursa, i to napose turističkih motiva i atrakcija.

Turizam mora biti nositelj djelatne zaštite okoliša, popularizator prirodnih ljepota i atributa okoliša, njegovih duhovnih i materijalnih vrijednosti. Komplementarnost turizma i zaštite prirode mora se očitovati u koncepciji aktivne zaštite prirode za potrebe turista, ali i u zaštiti prirode od turista.

Nepobitno je da je turizam današnjice u svojevrsnoj krizi. Traže se nova rješenja. Selekcionira se i revitalizira postojeće, traži se alternativa za neke stvari koje prolaze. Želi se izgraditi nov odnos turist-turistička destinacija-turistički djelatnik-domicilni stanovnik. Sve to na novim, humanijim, individualnijim i neposrednijim odnosima, odnosima doživljaja i intimnosti u ponuđenom, temeljeno na autohtonosti, izvornosti, prostornoj i ekološkoj ukomponiranosti, ambijentalno-ekološkoj humanosti, socio-kulturnoj prilagodljivosti. Bježi se od jednodimenzionalnosti u razvoju selektivnih projekata i ponuda, čime se odstupa od sezonskoga turističkog tržišta i ponude, a mogućnost korištenja turističke destinacije proširuje se na cijelu godinu. Turistička ponuda mora biti reprezentant i prepoznatljiva slika dotičnoga turističkog mjesta po ljepoti, bogatstvu, jedinstvenosti i sadržajnosti. Mora se zadovoljiti traženje turista, koji se sve više okreću manje standardiziranim oblicima turizma. Možemo reći da današnji turist sve više traži i sve više zna. On je obrazovan.

Takav turizam zahtijeva dakle potpuno integralno i sveobuhvatno planiranje njegova razvoja te edukaciju i pripremu domicilnog (lokalnog) stanovništva.

Stoga se javljaju novi oblici turizma. Sam pojam još nisu definirali ni sami teoretičari turizma. Govori se o selektivnom, alternativnom, naprosto »novom« turizmu ili njegovim oblicima.

Takvi novi oblici turizma, posebice gdje se turistički valoriziraju zaštićeni dijelovi prirode, moraju se razvijati uza suradnju, istraživanje i koordinaciju sa znanstvenim institucijama (fakulteti, instituti) bioloških, tehničkih i društvenih djelatnosti.

Turizam je velik potrošač prirodnog okoliša, pa se sve više očituje i kao čimbenik njegove zaštite. Turizam je također izvanredna mogućnost da se zaštićeni oblici prirode ekonomski iskoriste, budući da su oni istodobno i najatraktivnija turistička vrijednost.

Prema važećem Zakonu o zaštiti prirode (Narodne novine, br. 30/1994) u Republici Hrvatskoj zaštićeno je ukupno 746 objekata, od toga 322 prostorna objekta s ukupnom površinom 463262,17 ha, što čini 7,60% površine Republike Hrvatske. Svi ovi zaštićeni objekti prirode predstavljaju golem potencijal u turističkoj valorizaciji.

LITERATURA:

- Costa, G. (1989). Kvantitativne i kvalitativne promjene u međunarodnoj turističkoj potražnji. **Turizam – vitalna snaga razvoja Radne zajednice Alpe – Jadran, Zbornik radova** (str. 85–90). Zagreb: Institut za turizam.
- Danko, R. (1992). **Carpe diem – Socijalno–ekološki turistički projekt jadranske orijentacije Republike Hrvatske. Diplomski rad**, Filozofski fakultet – Odjel za sociologiju Sveučilišta u Zagrebu.
- Dragičević, M. (1987). Problemi saturacije jugoslavenskog turističkog prostora. **Turizam i prostor – ekološki aspekti konfliktnih situacija, Zbornik radova** (str. 1–16). Zagreb.
- Jovičić, Ž. (1983). Turistička valorizacija objekata zaštite prirode. **Posebna izdanja republičkog zavoda za zaštitu prirode SR Srbije**, 12:25–35.
- Klarić, Z. (1987). Problem razvoja mediteranskog turizma u skladu sa okolicom. **Turizam i prostor – ekološki aspekti konfliktnih situacija, Zbornik radova** (str. 267–284). Zagreb.
- Klarić, Z. (1994). Određivanje prihvatnog potencijala u Sredozemlju i njegov utjecaj na poimanje održivog razvitka turizma. **Zbornik radova međunarodnog znanstvenog skupa Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj** (str. 17–32). Zagreb.
- Kušen, E. (1987). Zaštita okoline kao turistička ekonomska kategorija. **Čovek i životna sredina**, 12(4):8–10.
- Lengyel, M. (1989). Turizam između istoka i zapada. **Turizam – vitalna snaga razvoja Radne zajednice Alpe – Jadran, Zbornik radova** (str. 73–84). Zagreb: Institut za turizam.
- Marinović–Uzelac, A. (1986). **Naselja, gradovi i prostori**. Zagreb: Tehnička knjiga.
- Radnić, A. (1992). Turizam i turističke potrebe. **Turizam**, 40(1–2):3–11.
- Starc, N. (1994). Razvoj, održivost i ocjena ulagačkih pothvata. **Zbornik radova međunarodnog znanstvenog skupa Prema održivom razvitku turizma u Hrvatskoj** (str. 67–81). Zagreb.
- Španjol, Ž. (1993). Uloga posebno zaštićenih objekata prirode u turizmu. **Glasnika za šumske pokuse**, posebno izdanje, 4:231–242.
- Vidaković, P. (1989). **Nacionalni parkovi i turizam**. Zagreb: Zavod za zaštitu prirode i Institut za turizam.
- Visković, N. (1993). Zooturizam. **Turizam**, XLI(1–2):23–25.
- Vukonić, B. (1994). **Turizam – u susret budućnosti**. Zagreb: Mikrorad d.o.o. i Ekonomski fakultet.
- *** Zakon o zaštiti prirode. Narodne novine, br. 30, Zagreb, 1994.

TOURISM AND THE PROTECTION OF NATURE AND ENVIRONMENT

Željko Španjol

Faculty of Forestry, Zagreb

Summary

As a sociopolitical, economic and sociocultural phenomenon of the modern age, tourism has been recently — much more than ever before — viewed in its relation to the environmental issues. It has been looked for a kind of developmental optimum that would be a kind of balance between protection of nature as tourism's natural resource and modern profit making. Tourism is conscious of the fact that it cannot exist without appropriately protected areas, which have been continuously decreasing. Thus, tourism becomes one of the factors of environmental protection. Tourism is also a unique opportunity for protected areas and other attractive natural resources to be exploited economically.

According to the Croatian Environmental Act ("Narodne novine", 30/1994) there are altogether 746 objects in the Republic of Croatia that are under environmental protection. 332 of them cover an area of 463.262,17 Ha, which makes 7,60% of the territory of the Republic of Croatia. All the environmentally protected areas represent a huge potential for Croatian tourism.

The complementarity between tourism and environmental protection should be reflected in a concept of active protection of nature for tourists' needs, but also of protecting nature from tourists.

Keywords: economic exploitation, environment, protection, tourism

TOURISMUS UND UMWELTSCHUTZ

Željko Španjol

Fakultät für Forstwirtschaft, Zagreb

Zusammenfassung

Als soziopolitisches, wirtschaftliches und soziokulturelles Phänomen des modernen Zeitalters ist der Fremdenverkehr mit der Umweltproblematik verbunden. In seiner Entwicklung wird nach einem Optimum gesucht, indem zwischen dem Umweltschutz und dem Profit balanciert wird. Als großer Verbraucher des Raumes versteht der Tourismus, daß ohne gut erhaltenen Raum, den es immer weniger gibt, keine Entwicklung möglich ist. Dadurch wird der Tourismus zum Faktor des Umweltschutzes. Der Tourismus ist darüber hinaus eine gute Gelegenheit, die Schutzgebiete auch wirtschaftlich zu nützen.

Gemäß dem gültigen Umweltschutzgesetz ("Narodne novine", Nr. 30/1994) befinden sich unter Naturschutz insgesamt 746 Objekte, darunter 322 Naturschutzgebiete mit einer Gesamtfläche von 463.262,17 ha, was 7,60% des Territoriums der Republik Kroatien ist. Alle diese Naturschutzgebiete stellen ein großes Potential für die Entwicklung des Tourismus dar.

Ein komplementäres Verhältnis zwischen Tourismus und Naturschutz soll sich aus dem Konzept eines aktiven Naturschutzes ableiten lassen, und zwar so daß der Naturschutz zum Tourismus beiträgt, aber auch daß die Natur vor den Touristen geschützt wird.

Grundbegriffe: Natur, Nützung, Schutz, Tourismus, Umwelt