

Mladen Knežević*

TURISTIČKA DJELATNOST: OD LJUBAVI DO FOBIJE (I NATRAG?)

Sažetak

Uobičajilo se da se turizam prikazuje kao jedna od najbrže rastućih gospodarskih djelatnosti. Prikazuje se udio u BDP-u, zaposleni i, često, mogućnosti za zapošljavanje slabije obrazovane radne snage. I tako je to širom svijeta, uz manja i veća odstupanja. U nekim zemljama je razvoj turizma doveo do radikalne promjene načina života lokalnog stanovništva, koje ili mora napustiti ta područja, ili mora snositi neizdrživo visoke životne troškove. To je, posebno u nekim gradovima Italije i Španjolske dovelo do oštrog protivljenja ovakvom načinu razvoja turističke djelatnosti. Ovi prosvjedi su označeni kao „turizmofobija“, što konceptualno ne odgovara sadržaju tog pojma. „Turizmofobija“ bi, naime, sugerirala nerealan strah, dok je strah odnosno protivljenje stanovništva utemeljen na sasvim realnim pokazateljima.

Ključne riječi: održivost, turizam, turizmofobija, Španjolska, Italija, Hrvatska

1. Uvod

Isticanje da je turizam jedna od najbrže rastućih gospodarskih djelatnosti suvremena doba postalo je posve uobičajeno. Tako na primjer *The World Travel & Tourism Council* (WTTC) u svojoj publikaciji za 2015. ističe kako je turizam jedan od najvećih svjetskih gospodarskih sektora koji zapošljava ukupno oko 285 milijuna ljudi i njegov doprinos globalnom BDP-u za 2015. iznosi čak 9,8 % (WTTC, 2016). Turizam je jedan od najznačajnijih svjetskih pokreta, ne samo gospodarska grana. Jedan od 11 zaposlenih ljudi na svijetu, radi u području turističke djelatnosti.

Turistički razvoj u Hrvatskoj jednako je dobar i intenzivan. Tako je prema podacima Hrvatske gospodarske komore (HGK) dolazak turista u 2016. porastao za čak 8,7 % prema prethodnoj godini. Taj pokazatelj je u toj godini zabilježio najveći porast uopće, otkada se organizirano prate podaci o turističkoj djelatnosti RH (HGK, 2017). U svjetskim razmjerima broj turističkih dolazaka povećan je čak za 3,9 %, što

* prof.dr.sc. Mladen Knežević, Libertas međunarodno sveučilište, mknezevic@libertas.hr

turizam čini jednom od najpopulzivnijih turističkih djelatnosti (HGK, 2017). Prihodi od turizma vrlo su važan dio ukupnih prihoda Republike Hrvatske, devizni prihodi iznose oko 18% u odnosu na BDP, što predstavlja najveći udio u Europi (HGK, 2017). Mnoge poznate turističke destinacije širom svijeta bilježe značajan rast kako posjeta turista tako i turističkih prihoda. S pravom se, dakle, turističku djelatnost smatra jednom od najvažnijih gospodarskih grana suvremenog svijeta.

Svako turističko putovanje znači neku međusobnu razmjenu i neki međusoban odnos, bilo to na institucionalnoj¹ razini ili na osobnoj razini, kada se turist suoči s različitim oblicima lokalne kulture, običaja, ponašanja, od kojih neki ostavljaju u njemu doživljaj ljepote, a neki baš i ne ljepote, nego nelagode. Autori iz područja turističke djelatnosti taj su proces nazvali procesom razmjene resursa (Özel i Kozak, 2017). Pri tomu su već i začetnici teorije razmjene, kako je ona upotrebljavana u proučavanjima na području turističke djelatnosti, navodili kako se ne radi samo o razmjeni dobara, nego se pod resursima podrazumijevaju i nematerijalna dobra kao što su napredak i prestiž (Homans, 1958: 606). Pristupi usmjereni na održivi razvoj u području turističke djelatnosti počeli su naglašavati važnost svih dionika u procesu razvoja turističke djelatnosti na nekoj destinaciji (Okazaki, 2008). Legitimnost tom procesu razvoja daje prije svega intenzivno sudjelovanje svih čimbenika lokalne zajednice (Simpson, 2008). Takav razvitak turističke djelatnosti „usidren” u lokalnoj zajednici omogućuje da ta zajednica ima visoku razinu kontrole nad razvitkom turističke djelatnosti, ali i da ostvaruje najveće moguće dobrobiti od turističkog razvoja (Iorioa i Corsaleb, 2014). Međutim, niz autora koji se bave razvojem turističke djelatnosti ističu kako je tako naglašen utjecaj lokalne zajednice u turističkom razvitku nepostojeć i nerealan, jer za populzivan razvoj turizma lokalne zajednice nemaju dovoljno svojih vlastitih resursa, jer na primjer ne upravljaju obrazovnim sustavom koji je potreban za razvitak turističkih kadrova, nemaju dovoljno kapitala za pokretanje djelatnosti, često su njihova nastojanja ignorirana od strane centralnih vlasti, nesposobni su pokrenuti i održavati procese razvoja koji teku od razine lokalne zajednice prema vrhu državne strukture (Gray, 1985; Getz i Jamal, 1994; Joppe, 1996). Jedan dio autora posebno je naglašavao kako je takav tip razvoja u malim lokalnim zajednicama posebno problematičan i težak kada je riječ o nerazvijenim sredinama, u kojima su lokalne zajednice izložene vanjskim pritiscima, kako od čimbenika centralne vlasti, tako i od strane poslovnih krugova, ali se u njima pojavljuju unutarnje borbe za moć i prestiž koje dobrim dijelom blokiraju mogućnosti autonomnog razvitka turizma na razini lokalnih zajednica (Simpson, 2008; Tosun, 1999). Socijalne mreže, fenomen suvremenog

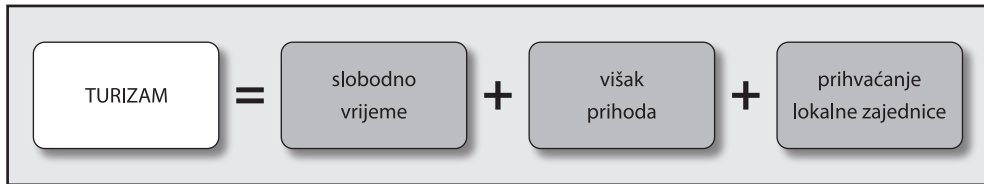
¹ U turističkoj djelatnosti sudjeluje velik broj institucionalnih faktora o kojima se ponekad i ne govori previše, kao što su ministarstva vanjskih poslova, ministarstva unutarnjih poslova, diplomatska predstavništva, veleposlaništva i druge državne institucije, naravno, uz različite turističke organizacije na državnoj razini, kao i organizacije privatnog, gospodarskog sektora.

doba,² omogućuje lokalnim zajednicama da sudjeluju u globalnim procesima razvoja, usklađujući ciljeve sa svjetskom kulturnom i političkom zajednicom (Cumbers et al., 2003; Dredge, 2006), pa tako postaju kompetitivne u daleko širim razmjerima, nego što su to razmjeri ograničene lokalne zajednice. U svakom slučaju, na nekoj generalnoj razini, turizam se razmatra vrlo značajnim faktorom općeg ekonomskog razvitka i ekonomskog rasta (Bimonte i Punzo, 2016).

2. Domaćini i gosti ili nikad dovršena priča o sklonosti i odbojnosti

Dok je turizam prolazio ekonomsku eskpanziju za koju bismo mogli reći da se posljednjih godina pretvorila gotovo u eksploziju, antropološki je razvitak bio daleko sporiji i s puno većim odmacima nego što je to bio slučaj u ekonomiji. To je jedan od razloga zbog kojih se ekonomisti s jedne strane i sociolozi te antropolozi s druge ponekad nisu uopće mogli razumjeti, a uglavnom su se razumijevali vrlo teško.

Poznata antropološka jednadžba za turizam glasi:



Preređeno prema: Smith (1989: 1).³

Ta je formula odlična ilustracija multisektorijalnosti turističke djelatnosti, no vrlo često su pogledi na tu djelatnost, unatoč ovakvom pristupu, bili jednostrani i zahvaćali u najvećem dijelu samo analizu ekonomskih dimenzija turizma. Naravno, antropolozi i drugi istraživači turističke djelatnosti izvan ekonomije, svjesni su da je najznačajniji poriv za razvoj turizma ekonomski (Smith, 1989), jer je to djelatnost koja je radno intenzivna i koja je posebno zanimljiva za niže obrazovane socijalne slojeve koji mogu zbog te mogućnosti zapošljavanja doživjeti socijalnu mobilnost na gore. Osim te karakteristike, radne intenzivnosti turističke djelatnosti i dobre prilike za zapošljavanje stanovništva iz nižih socijalnih slojeva u mnogim područjima turističke

² Termin „fenomen suvremenog doba” svakako treba prihvatiti tek uvjetno. Socijalne mreže naravno oduvijek postoje u svim zajednicama. Tako je na primjer njemački šumarski svtručnjak Peter Voleben u svojoj sjajnoj knjizi *Tajni život drveća* na izuzetno zanimljiv način dokazao socijalnu mrežu u šumi, u kojoj na vrlo aktivan način sudjeluju biljke i životinje, međusobno si pomažući u svojim životnim ciklusima (Voleben, 2017).

³ U originalu je za „višak prihoda” upotrijebljen termin *discretionary income*, što znači zapravo preostatak prihoda nakon što se podmire svi nužni troškovi. U hrvatskom jeziku se značenje riječi preostali definira kao: posljednji koji je još ostao (Anić, 1998: 865).

djelatnosti, turizam ima jednu ekonomski pa onda i socijalno vrlo važnu karakteristiku, koja se iz njezine ekonomske logike „vraća” u socijalnu dinamiku. To je fenomen odljeva sredstava u ekonomskoj razmjeni, vrlo poznatom fenomenu, prisutnom u svakoj gospodarskoj grani. Tako je prema ozbiljnim analizama privrede u Južnoj Koreji taj odljev u elektronskoj industriji iznosio čak 50 %, u strojogradnji 23 %, a u turističkoj je djelatnosti bio samo 19,7 % (Smith, 1989: 7). I u drugim je područjima svijeta vrlo slično. Turistička djelatnost tako pokazuje značajnu razvojnu socijalnu ulogu, koja je u suvremenom svijetu specijalizacije i potrebe za obrazovanom radnom snagom u drugim sektorima u kojima se ljudski rad zamjenjuje robotima,⁴ važan socijalni „pufer”. Međutim, iznimno brzi razvoj turističke djelatnosti ima naravno i svoje sporedne učinke koji se nužno moraju „socijalno platiti”, pa se u takvoj situaciji pojavljuje „razvojna dilema” u kojoj se vrlo pažljivo moraju ocijeniti troškovi turističkog razvitka, ali i dobiti u tom procesu (Telfer i Sharpley, 2008). Veći dio autora slaže se da je u gospodarskom ili možda bolje rečeno ekonomskom smislu ovo vrijeme u kojemu živimo, vrijeme neprekinute težnje za rastom, pa onda posljedično i potrošnjom, i vrijeme takvog upravljanja društvenim resursima koji pružaju mogućnost za zadovoljenjem dviju bazičnih potreba, potrebe za ugodom ali i potrebe za sigurnošću (Lemelin, 2013). I tu je od kritične važnosti upravo pozicija i odnos lokalnog stanovništva.

U analizi razvoja turističke djelatnosti mnogi istražuju pogled lokalnog stanovništva na turističku djelatnost i njihov doprinos toj djelatnosti. Jer, osim koristi od nje, turizam ima i neke „skriveno troškove” za lokalno stanovništvo koje je svakako nužno platiti i lokalno je stanovništvo jedini faktor koji te troškove i plaća (Bimonte i Faralla, 2016). Najznačajniji pristupi koji su se bavili ispitivanjem odnosa lokalnog stanovništva prema turistima i razvoju turističke djelatnosti uopće su tzv. *Area Life Cycle* (TALC) i *Irridex* model. Ta su dva pristupa stvorila temelje za mnoge studije koje su se kasnije ekstenzivnije bavile ispitivanjem tog odnosa (Bimonte i Punzo, 2016).

Tourism Area Life Cycle je koncept koji je u znanstveni rad na području turističke djelatnosti uveo kanadski geograf, sveučilišni profesor na University of Western Ontario Richard W. Butler. Koncept se prvi puta pojavio 1980. u njegovu članku pod naslovom *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications For Management of Resources*. Butler je bio uvjeren da će se razvoj turističkih produkata razvijati

⁴ Treba svakako napomenuti kako robotizaciju „pritišće” sve više i turistički sektor. Proseć robotizacije je onaj koji „razotkriva transformativnu stranu tehnologija...uvodi u nju nove aktore, i (su)stvara ili i (su)destruira turističku vrijednost i i kontekst u kojem će turistički čimbenici komunicirati” (Sigala, 2018). Razvoj robota već je počeo i u turističkom području u kojemu su se neki najmanje nadali da bi se mogao odvijati, a to je npr. turističko vođenje. Digitalno vrijeme neumitno dolazi u mnoge turističke sektore. Prema posljednjem izvješću svjetskog ekonomskog foruma prema kojem se očekuje „...veliki društveni uticaj digitalne transformacije na radnu snagu u području putovanja” i predviđa se da će ta transformacija pogoditi 1 od 11 poslova u tom području do 2025. godine (World Economic Forum, 2017: 5). U gradu Sasebo u Japanu otvoren je hotel Henn Na u kojemu je velik broj djelatnosti robotizirano. Tako se na primjer na recepciji digitalno prepoznaju glas i lice turista, na recepciji rade tri višezjezična robota, roboti brinu o prtljagi gostiju i njihovom prijevozu u grad (Papathanassis, 2017).

po potpuno istom modelu koji vrijedi za bilo koji drugi produkt, ukratko, da će imati svoj „životni ciklus” koji se sastoji od faza prihvatanja na početku do odbijanja kada produkt bude doživljavan kao nemoderan, zastario odnosno neprivačan (Butler, 1980). Životni ciklus turizma prema Butleru je podijeljen u šest mogućih faza:

1. faza ispitivanja u kojoj turizam ima zanemariv uticaj na lokalnu populaciju
2. faza uključivanja u kojoj lokalna populacija postaje uključena u razvoj turističke djelatnosti
3. razvijena faza u kojoj broj turista može nadmašiti lokalnu populaciju koja doživljava psihičke promjene zbog te razine razvoja
4. faza konsolidacije u kojoj turistička djelatnost izaziva protivljenje i nelagodu u lokalnom stanovništvu
5. faza stagnacije u kojoj je turistička djelatnost dobro razvijena, ali prestaje biti izazovna (u smislu mode).
6. posljednja faza u kojoj turizam doživljava ili pad i s tim povezan gubitak interesa kako od strane turista, tako i od strane lokalne populacije ili dolazi do njegova „pomlađivanja”, odnosno oživljavanja (Butler prema Cooper 2010: 6).

Doxejev (1975) *Irridex* model konceptualizira odnos između lokalne populacije i turista kroz nekoliko faza: euforija, apatija, smetanje i antagonizam. Taj se pristup, naravno, daleko više odnosi na lokalnu populaciju nego na turiste, koji neke od tih stupnjeva mogu primijetiti, ali najčešće i ne moraju. To se posebno odnosi na vrlo velike turističke destinacije koje su prave „turističke industrije” i gdje je neposrednih iskustava turista s lokalnom populacijom relativno malo i ograničena su u svom opsegu. Taj je model u izvjesnoj mjeri sličan *Tourism Area Life Cycle* konceptu, iako je nešto jednostavniji od njega u smislu broja faza. I jedan i drugi model prikazuju gradaciju uglavnom nepovoljnih odnosa lokalnog stanovništva prema turistima.

Postoje i neki koncepti koji idu u suprotnom smjeru. Takav je na primjer *Gold coast* model (Faulkner i Tideswell, 1997) razvijen u Zlatnoj obali, u Australiji. Prema opsežnom istraživanju Faulknera i suradnika, čini se da u razvijenim, zrelim turističkim središtima postoji tendencija među stanovnicima da priznaju i prihvate mnoge prednosti turističke djelatnosti i to bez obzira na to jesu li oni sami neposredno uključeni u tu djelatnost (žive od nje) ili nisu (Faulkner i Tideswell, 1997: 24). Autori su na odnose između turista i lokalnog stanovništva primijenili fenomen koji su nazvali *Altruistic Surplus Phenomenon* (ASP) prema kojemu postoji, posebno u urbanim sredinama, široko rasprostranjeno uvjerenje da koristi koje od turizma ima zajednica, kolektiv, daleko nadilaze pojedinačne interese ljudi koji su uključeni u turističku djelatnost (isto). U pojašnjavanju odnosa između domaćina i njihovih gostiju posebno je opširno upotrebljavana teorija socijalne razmjene⁵ prema kojoj lokalno stanovništvo

⁵ U sociologiju je teoriju socijalne razmjene donio sociolog George Homans koji je 1961. godine objavio knjigu pod naslovom *Social Behavior as Exchange* koji je socijalnu razmjenu doživljavao kao

podržava turizam kada učinke turističke djelatnosti percipira kao pozitivne, pri čemu treba napomenuti da su ti učinci ekstrinzični, da znači da domaćinima donose na primjer novac ili mogućnost zapošljavanja (Paraskevoidis i Andriotis, 2017: 29). Ta je teorija u vrlo širokoj upotrebi u istraživanjima u turizmu i danas i mnogi je autori upotrebljavaju kao svoju konceptualnu osnovu.

Turizam je vrlo dinamična kategorija i vrlo se brzo mijenja. Današnji turizam više nije pojava dugih boravaka na nekoj destinaciji. Boravci na destinaciji skratili su se na razinu od prosječno tri dana, tako da je neki kontinuirani kontakt s lokalnom populacijom postao gotovo nemoguć, a ako se i odvija vrlo je površan i ne uspostavljaju se odnosi u kojima bi se negativne percepcije turista od strane lokalne populacije mogle jasno i neposredno vidjeti i osjetiti. Unatoč tim ograničenjima u duljini trajanja, ali i sadržaju i kvaliteti međusobnih odnosa turista i lokalne populacije, istraživači su našli jednu opću zakonitost koja vjerojatno vrijedi i u relativno ograničenom opsegu međusobnih komunikacija. Naime, ako lokalna populacija primijeti da se turisti ponašaju prema okolini u kojoj borave s poštovanjem, za očekivati je pozitivnu opću percepciju turista, pa u tom slučaju pozitivni efekti turističke djelatnosti nadilaze negativne efekte (Vargas-Sánchez et al., 2011: 475).

3. Turizmofobija ili „otrježenje” od turističke idile

Pojam turizmofobija kovanica je koja se sastoji od dviju riječi. Jedna je turizam,⁶ u čije se značenje ovdje nećemo upuštati, iako nema nekog općeg slaganja oko značenja te riječi, ali ćemo je upotrebljavati kao prihvaćenu. Termin fobija⁷ dolazi iz grčkog jezika i označava nešto strahovito, strašno, opasno, nešto što nekoga tjera u bijeg. Iako se čini da je termin novija kovanica koja se upotrebljava s eksplozivnim razvojem turističke djelatnosti u prvim dekadama 21. stoljeća, njenu je uporabu moguće naći i daleko ranije. Tragajući za uporabom termina, nalazimo ga u knjizi koju je sredinom 19. stoljeća napisao Robert William Buss a čija osnovna namjena nije imala nikakve veze s turizmom. Almanack je bio namjenjen prikazu kulturnih događaja svih vrsta, kao i događaja i međusobnih odnosa povezanih s umjetnošću i umjetnicima u Ujedinjenom Kraljevstvu tog vremena. Opisujući druženja umjetnika, njihove slobodne

razmjenu opipljivih i nematerijalnih aktivnosti među ljudima, koja se odvija pod određenim cijenama, nagradama za primljeno ili pruženo.

⁶ Vjerojatno bi bilo korisno spomenuti tvrdnju engleskog sociologa turizma Johna Richarda Urryja, jednog od najznačajnijih mislioca iz područja turističke djelatnosti, preminulog 2016., koji je 1995. u svojoj knjizi *Consuming Places* napisao tvrdnju o „kraju turizma” misleći pritom na uporabu termina turizam. Urry je vjerovao kako će doći do uporabe različitih termina koji su sada „pokriveni” terminom turizma, a radi se o slobodnom vremenu, kulturi, obrazovanju, sportu, prodaji i općenito različitim dimenzijama svakodnevnog života.

⁷ φοβηρός, strahovit, strašan, opasan (Gorski i Majnarić, 2003: 445).

razgovore i diskusije o umjetnosti i nizu događaja iz društvenog života povezanog s umjetnošću, Buss donosi priču o jednom sjajnom umjetniku i „odličnom dečku” koji se panično bojava turista zbog „njihovih neprekidnih napora da se u svojem poštovanju prema umjetnosti bave sirovim pojmovima i sitnicama”⁸ (Buss, 1850: 76).

Osim novinara, termin su upotrebljavali i sociolozi, ali i filozofi. Tako ga je upotrijebio i engleski filozof Gerald Allan „Jerry” Cohen⁹ opisujući ranih devedesetih svoje putovanje u Indiju, gdje se odlično osjećao među lokalnim stanovništvom, kod kojeg nije primijetio nikakve tragove turizmofobije (Cohen, 2013). Filozof, koji je živio u engleskoj receptivnoj kulturi upotrijebio je termin koji je očito u toj kulturi već zaživio i upotrebljavao se. Intenzivnija upotreba termina, posebno u javnim glasilima započinje 2017. kada se organiziraju velike demonstracije protiv ekstenzivnog turizma u Španjolskoj (Barcelona, Palma de Mallorca, Bilbao, San Sebastian), Italiji (Rim, Venecija). Niz europskih destinacija postaje silno opterećeno brojem turista koji ih odluče posjetiti. Jedan od važnih razloga za to može se vjerojatno naći u pogoršanim sigurnosnim prilikama u nekima od država koje su bile značajne receptivne destinacije, kao što su Egipat, Tunis, Maroko Alžir, Sirija, a u Europi, to je svakako Turska, koja je zbog rata u Siriji, izbjegličke krize u Turskoj, ali i terorističkih napada, izgubila u nekim razdobljima i do 40 % posjetitelja. Tako su se ta turistička kretanja preusmjerila iz zemalja Sjeverne Afrike i Bliskog istoka prema europskim destinacijama. Najvažnije europske destinacije, pa tako i Hrvatska, bilježe ogroman porast turističkih dolazaka, što izaziva velike poteškoće prije svega stalnim stanovnicima tih gradova. Naime, posebnu eksploziju doživljava posljednjih godina urbani turizam, i taj rast nije mimoišao ni Zagreb, a ni druge metropole u susjedstvu. Vrlo važan razlog je i pojava niskobudžetskih avionskih kompanija i njihova politika povezana s lokalnim zajednicama koje kompenziraju dio troškova tih kompanija kako bi letjeli na te destinacije.¹⁰

Na nekima od turističkih destinacija došlo je do takvog zasićenja da je turizam postao potpuno neodrživa djelatnost i uvelike neizdrživ za lokalnu populaciju. U mjesec srpnju 2017. izbile su demonstracije u Veneciji, u kojoj je oko 2000 ljudi protestiralo protiv takvog turističkog razvitka. Venecija je grad koji ima oko 55 000 rezidenata, dakle ljudi čije je prebivalište taj grad, a na kraju Drugog svjetskog rata imala je oko 175 000 stanovnika. Godišnje grad posjeti preko 20 000 000 turista. Pod sloganom „mi ostajemo”, stanovnici Venecije su u svojim protestima isticali „kako ne žele biti otjerani iz svog grada” (Mečiarová, 2017). Osim činjenice da je grad preplavljen turistima, stanovnici ističu i gotovo dramatična zagađenja koja prouzrokuje ogroman

⁸ Bussov se sugovornik zapravo zgražao nad niskim umjetničkim nivoom tadašnjih suvenira (očito je i ova priča nikad završena turistička priča, koja traje i dalje i danas).

⁹ Gerald Allan „Jerry” Cohen bio je engleski filozof marksističke orijentacije, profesor na sveučilištima u Londonu i Oxfordu.

¹⁰ Kod nas je sjajan primjer takve politike Zadar koji je zahvaljujući suradnji s niskobudžetskom avionskom kompanijom Ryanair dramatično povećao turistički promet.

broj brodova na kružnim putovanjima koji pristaju u luci u gradu. Lokalne vlasti Venecije zabranile su gradnju novih hotela u gradu. I u drugim Italijanskim gradovima došlo je do sličnih protesta, pa su tako na primjer vlasti u Rimu nakon demonstracija lokalnog stanovništva zabranile konzumaciju hrane u području rimskih fontana, ali i pijeње alkoholnih pića noću na rimskim ulicama.

Glavni grad španjolske pokrajine Katalonije,¹¹ Barcelonu, posjetilo je u 2016. 34 milijuna turista, od ukupno 75,3 milijuna koji su posjetili cijelu Španjolsku (Jessop,¹² 2017). Dakle polovicu svih turista koju su posjetili Španjolsku primila je Barcelona sama.¹³ Za mnoge stanovnike Barcelone je život uz takav broj turista postao naprosto nemoguć i neki su na vrlo nedvosmislen način pokazali što misle o takvoj turističkoj eksploziji.¹⁴ Pojavio se niz napisa u gradu koji su na nedvosmislen i jasan način pokazali da turisti u tom gradu prema mišljenju tih stanovnika više nisu dobrodošli. U tim demonstracijama posebno se istakla organizacija ARRAN,¹⁵ čiji su pripadnici bušili gume na biciklima koji se u Barceloni iznajmljuju turistima za obilazak grada, ali i gume turističkih autobusa.

Osim izuzetno velikog broja turista koji na neki način oduzimaju prostor lokalnom stanovništvu na javnim prostorima, tržnicama, šetalištima i slično, ozbiljniji su ekonomski rezultati turističkog razvitka koji zapravo pridonose osiromašenju jednog dijela populacije, pa tako turizam ne samo da ne pridonosi blagostanju ljudi, nego ga u velikoj mjeri narušava. Tako je na primjer samo u Barceloni, pojavom AIRBNB-a¹⁶ u internetskoj mreži došlo do snažnog pada legalnih ponuđača malih smještajnih ka-

¹¹ Katalonija i nije u najtežoj situaciji s omjerom stanovnika i turista. U Kataloniji je taj omjer 2,4 turista na jednog stanovnika, dok je u Austriji 3,33 a u Hrvatskoj visokih 3,28 (Moreno, 2017).

¹² *Culture Trip*, za koji piše turistička novinarka Tara Jessop čije informacije ovdje prenosimo, engleski je *startup* portal koji je osnovan 2011. u Londonu. Osnivač je bivši psihijatar Kris Naudts koji se odlučio posvetiti informiranju ljudi o dobrim turističkim destinacijama.

¹³ Sam grad Barcelona imao je prema statističkom izvješću 2017. oko 1,7 milijuna stanovnika, a šire područje grada imalo je oko 4,6 milijuna stanovnika.

¹⁴ Španjolski premijer Mariano Rajoy opisao je te ljude koji se protive ekspanziji turističke djelatnosti u Barceloni kao ekstremiste, a poznato je da takvima naziva i lokalne političare koji predvode pokret za osamostaljenje te gospodarski najvažnije pokrajine u Španjolskoj.

¹⁵ ARRAN je organizacija mladih, dio radikalne političke organizacije *Candidatura d'Unitat Popular* koja se bori za ocjepljenje Katalonije od Španjolske. Riječ je o skupini mladih ljudi djelomično marksističke orijentacije.

¹⁶ AIRBNB je internetska kompanija sa sjedištem u SAD-u koja preko interneta pruža usluge organizacije smještaja u hotelima, hostelima, ali i privatnim stanovima koje njihovi vlasnici žele iznajmiti na dulje ili kraće vrijeme. Ti vlasnici uglavnom ne plaćaju lokalne poreze, cjelokupno se poslovanje odvija preko internetskog portala na kojemu se može jeftino iznajmiti stan čiji su vlasnici ili stanari na primjer otišli na turističko putovanje i za to vrijeme svoj stan iznajmljuju turistima u svojem gradu. Mrežna stranica te organizacije je: https://hr.airbnb.com/a?af=43888734&c=A_Tc%3Dm84ncm9s3%26G_MT%3De%26G_CR%3D%7Bcreative%7D%26G_N%3Do%26G_K%3Dairbnb%26G_P%3D%7Bplacement%7D%26G_D%3Dc%26%24pi%3A2.pk%3A1307319360399819_81707466480550_c_81707477930899&mclid=33f359fb284f1cc2bcd10392bea521c2&utm_campaign=DOLLAR%3ADTM%3ASRC%3ABRD%2BExact&utm_content=Airbnb%3A%2BExact&utm_medium=cpc&utm_source=bing&utm_term=airbnb

Slika 1. Legenda bi bila preporučiva??



(Picture: AFP/Getty Images)

paciteta. Gradsko vijeće Barcelone procijenilo je da je od približno 16 000 stambenih jedinica koje se koriste za izdavanje turistima, najmanje 7 000 nelegalnih, odnosno neregistriranih u gradskoj administraciji, pa dakle ne plaćaju poreze, turističke takse itd. Gradske vlasti udvostručile su broj inspektora koji provjeravaju legalnost smještajnih kapaciteta i njihovu fiskalnu odgovornost. Taj su potez gradske vlasti morale povući jer je AIRBNB nastavio svoju djelatnost unatoč činjenici da su kažnjeni kaznom od 600 000 dolara (Burgen, 2017). Neplaćanje poreza i drugih pristojbi nije jedina negativna posljedica turističke ekspanzije u Barceloni. Najamnina stambenog prostora u posljednje je tri godine porasla upravo zbog turističkog interesa za 23 %, a gotovo jedna trećina ljudi čije je Barcelona stalno prebivalište jesu oni koji moraju unajmiti stambeni prostor za stanovanje. Pojedini pripadnici nižih socijalnih slojeva, radništva, moraju čak i do 60 % svojih prihoda davati za najam stambenog prostora i za taj dio stanovništva situacija je postala potpuno neizdrživa.

Zosen i Mina Hamada dvoje su likovnih umjetnika porijeklom iz Japana i Argentine koji žive u Barceloni i već su 2014. protestirali na svoj osebujan likovni način protiv intenziviranja turističke industrije u Barceloni, dakle nekoliko godina prije nego što će na ulice izaći stanovnici grada u daleko većem opsegu i sa zahtjevima da im se omogući miran život, daleko od agresivnih turista. Problemi i reakcije ne dolaze

samo iz europskih zemalja, iako su tamo za sada najčešće organizirane akcije protiv turista. U Južnoj Koreji, u kojoj se snažno povećao broj dolazaka kineskih turista nakon što je aktiviran projekt „svemirskog štita” *Terminal High Altitude Area Defense* (Thaad), projekt zaštite od raketnih projektila. U toj je državi već bilo pokušaja protivljenja intenzitetu turističkog razvitka na otoku Jeju, značajnom turističkom središtu, koje je zbog snažnog porasta turizma doživjelo eksplozivni rast cijena nekretnina, ali i svih drugih životnih troškova, što je dovelo do jasnog negodovanja lokalnog stanovništva. Za sada problemi u Koreji očito nisu takvih dimenzija kao u evropskim gradovima, ali je očit trend protivljenja lokalnog stanovništva takvom razvoju turističke djelatnosti kakvom svjedočimo.

Nisu u problemu samo urbana središta. Neki od najvećih kulturnih spomenika na svijetu snažno su ugroženi porastom broja turista. Špilja Altamira pokraj grada Santillana del Mar u Španjolskoj, poznata špilja s paleolitskim slikama i crtežima na zidovima koji prikazuju divlje sisavce i ljudske ruke, bila je u toj mjeru ugrožena od ugljičnog dioksida koji su izdisali posjetitelji spilje i koji je doveo u opasnost crteže, da je morala biti napravljena replika spilje u koju sada ulaze turisti. Postojale su neke ideje da se originalna špilja privremeno otvori za posjetitelje, ali se zaključilo da je opasnost za crteže prevelika, pa se odustalo od te ideje. Odgovorni za Altamiru nisu htjeli ponoviti katastrofalnu pogrešku spilje Lascaux u Francuskoj, u kojoj je, čini se, izgubljena bitka za mnoge pretpovijesne crteže upravo zbog toga što nije na vrijeme zatvorena za turističke posjete.

4. O turizmofobiji umjesto zaključka

Prije svega treba napomenuti da je ovo razmišljanje o jednom konceptu unutar znanstvene discipline koja ne postoji (ili bar ne postoji službeno, u klasifikaciji znanosti). I upravo zbog nepostojanja neovisne znanstvene discipline moguće su različite vrste konceptualnih nesporazuma. Nesporazumi ili konflikti su naravno sama osnova znanstvenoistraživačkog rada. Neprestano traganje za novim znači odbacivanje starog i redefiniranje. No, taj je proces iznimno kompliciran u disciplini koja nema svoje autonomno područje istraživanja.¹⁷ Kada je riječ o konceptu turizmofobije, postoji niz konceptualnih problema, a u ovom radu ćemo se osvrnuti samo na neke najistaknutije (iako možda ne i najvažnije). Prema Oxford Advanced Dictionaryju *phobia* znači bolestan ili patološki strah ili odbojnost (1974: 628). Prema MSD priručniku dijagnostike i terapije „fobije se sastoje od trajnih, nerazumnih, jakih strahova (fobija) od situacija, okolnosti ili predmeta. Strahovi izazivaju tjeskobu i izbjegavanje.” Fobija je, dakle, trajan, nerazuman i jak strah. Gotovo ni jedan element koncepta fobije ne

¹⁷ Prema Pravilniku o znanstvenim i umjetničkim područjima, poljima i granama, turizam se nalazi u području društvenih znanosti, u grani 5.01.07 – trgovina i turizam.

postoji kada se radi o turizmofobiji kako je ona prikazana u suvremenim događanjima u Rimu, Veneciji, Barceloni i drugim gradovima u kojima se lokalno stanovništvo suprotstavilo na ovakav ili onakav način razvoju turizma kojemu svjedoče. Strah nije trajan jer na nekoj općoj razini među populacijom ne postoji neko dugo vrijeme, pojavio se s izuzetno brzim porastom broja turista u zadnjem desetljeću. Jak vjerojatno jest, posebno među onim slojevima stanovnika koji zbog razvoja turističke djelatnosti imaju velike poteškoće, jer na primjer samo za najamninu za stanove moraju dati oko 60 % svojih prihoda, što znači da ih turizam kao djelatnost čini siromašnijima, a ne bogatijima. I na koncu, ali sigurno ne najmanje važno, pojam je nerazumnog koji konstituira termin fobije. Činjenica da grad koji ima 55 000 stanovnika godišnje posjeti 20 milijuna posjetitelja, svakako izaziva takve poteškoće u tom gradu koje ne prelaze u područje nerazumnog. Činjenica da na primjer na vrhu ljetne sezone u Dubrovniku na Stradunu policija mora regulirati promet *pješaka* jer bez policijske regulacije nitko se više ne može kretati nikuda, govori o racionalnosti, a ne neracionalnosti straha. Termin se upotrebljava daleko više u svrhu eliminacije s političke pozornice onih koji upozoravaju na negativnosti takvog razvoja turističke djelatnosti koji slijedi neoliberalističke ideje o apsolutnoj slobodi tržišta, pa onda, naravno, i poslovanja. A iza toga zapravo stoje nezajažljivi interesi kapitala.

Vrlo brzo po izbijanju protesta u Italiji i Španjolskoj te u Južnoj Koreji, Taleb Rifai, tajnik Svjetske turističke organizacije (UNWTO), požurio se podsjetiti kako je turizam najbrže rastuća gospodarska grana svijeta i da „rast nije neprijatelj” (Rifai, 2017), da je problem u upravljanju tim rastom. To, dakle, čini strah (pa onda naravno i pobunu) neracionalnim ili bolje rečeno nerazumnim, na tragu značenja koncepta fobije kao takve. No, bez obzira na to radi li se o neracionalnom ili racionalnom strahu, činjenica mnogih ograničenja u životima lokalnog stanovništva, koja su nametnuta (neracionalnim?) turističkim razvitkom, realnost je o kojoj svakako treba razmisliti i potražiti rješenja. Depopulacija takvih turističkih meka kakve su na primjer Venecija ili Dubrovnik, ne govore o iracionalnosti straha, nego o iracionalnosti politike koja razvojem takav strah izaziva. Upotrebljavanjem koncepta turizmofobija zapravo se kao neracionalni proglašavaju oni koji žele sačuvati trunku racionalnosti u iracionalnosti nekontrolirane ekspanzije. Vjerojatno optužbe za ekstremizam koje je izrekao Mariano Rajoy na račun demonstranata u Barceloni nemaju neracionalnu osnovu. Neracionalnost svakako ne možemo pripisati toj političkoj opciji. Možda nešto drugo.

Literatura

1. Anić, V. 1998. *Rječnik hrvatskog jezika*. Zagreb: Novi Liber.
2. Bimonte, S. i Punzo, L. F. 2016. Tourist development and host-guest interaction: An economic exchange theory. *Annals of Tourism Research*, 58: 128–139.
3. Bimonte, S. i Faralla, V. 2016. Does residents' perceived life satisfaction vary with tourist season? A two-step survey in a Mediterranean destination. *Tourism Management*, 55: 199–208.
4. Burgen, S. 2017. Barcelona cracks down on Airbnb rentals with illegal apartment squads. *The Guardian*, June 2.
5. Butler, R. W. 1980. The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications For Management of Resources. *Canadian Geographer*, 24 (1): 5–12.
6. Cohen, G. A. 2013. *Finding Oneself in the Other*. Princeton: Princeton University Press.
7. Cooper, C. 2010. *R.W. Butler: Tourism Area Life Cycle*. *Contemporary Tourism Reviews*. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
8. Cumbers, A. et al. 2003. Innovation, collaboration, and learning in regional clusters: A study of SMEs in the Aberdeen oil complex. *Environment and Planning A*, 35 (9): 1689–1706.
9. Doxey, G. V. 1975. A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. *Travel and Tourism Research Associations Sixth Annual Conference Proceedings*, 195–198.
10. Dredge, D. 2006. Policy networks and the local organization of tourism. *Tourism Management*, 27 (2): 269–280.
11. Faulkner, B. i Tideswell, C. 1997. A framework for monitoring community impacts of tourism. *Journal of Sustainable Tourism* 5 (1): 3–28.
12. Getz, D. i Jamal, T. B. 1994. The environment-community symbiosis: A case of collaborative tourism planning. *Journal of Sustainable Tourism*, 2 (3): 152–173.
13. Gorski, O. i Majnarić, N. 2003. *Grčko-hrvatski rječnik*. Zagreb: Školska knjiga.
14. Gray, B. 1985. Conditions facilitating interorganizational domain. *Human Relations*, 38 (10): 911–936.
15. Homans, G. C. 1958. Social Behavior as Exchange. *American Journal of Sociology*, 63 (6): 597–606.
16. HGK: Hrvatska gospodarska komora. 2017. *Turizam u Hrvatskoj u 2016. godini. Turizam u svijetu u 2016. godini*. Zagreb.
17. Iorioa, M. i Corsaleb, A. 2014. Community-based tourism and networking: Viscri, Romania. *Journal of Sustainable Tourism*, 22 (2): 234–255.
18. Jesop, T. 2017. *Tourist-Phobia: Why Anti-Tourism Protests Have Exploded in Spain*. <https://theculturetrip.com/europe/spain/articles/tourist-phobia-why-anti-tourism-protests-have-exploded-in-spain/>. 24. siječnja 2018.
19. Joppe, M. 1996. Sustainable community tourism development revisited. *Tourism Management*, 17 (7): 475–479.
20. Lemelin, R. H. 2013. To bee or not to bee: whether 'tis nobler to revere or to revile those six-legged creatures during one's leisure. *Leisure Studies*, 32 (2): 153–171.
21. Mečiarová, N. 2017. When tourism is unsustainable: anti-tourism protests across Europe. <https://ecobnb.com/blog/2017/08/tourism-unsustainable-protests-europe/>. 14. siječnja 2018.

22. Moreno, P. G. 2017. Too Much of a Good Thing? *Busines Line*. <http://www.thehindubusinessline.com/>. 24. siječnja 2018.
23. Özel, C. H. i Kozak, N. 2017. An exploratory study of resident perceptions toward the tourism industry in Cappadocia: a Social Exchange Theory approach. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22 (3): 284–300.
24. Okazaki, E. 2008. Acommunity-based tourism model: Its conception and use. *Journal of Sustainable Tourism*, 16 (5): 511–529.
25. *Oxford Advanced Learners Dictionary of Current English*. 1974. Oxford.
26. Papathanassis, A. 2017. R-Tourism: Introducing the Potential Impact of Robotics and Service Automation in Tourism. „Ovidius” *University Annals, Economic Sciences Series*, 17 (1): 211–217.
27. Paraskevaidis, P. i Andriotis, K. 2017. Altruism in tourism: Social Exchange Theory vs Altruistic Surplus Phenomenon in host volunteering. *Annals of Tourism Research*, 62: 26–37. Rifai, T. 2017. Tourism: growth is not the enemy; it’s how we manage it that counts. <http://media.unwto.org/press-release/2017-08-15/tourism-growth-not-enemy-it-s-how-we-manage-it-counts>. 14. siječnja 2018.
28. Sigala, M. 2018. New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. *Tourism Management Perspectives*. In press.
29. Simpson, M. C. 2008. Community benefit tourism initiatives: A conceptual oxymoron? *Tourism Management*, 29 (1): 1–18.
30. Smith, V. L. 1989. *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
31. Telfer, D. i Sharpley, R. 2008. *Tourism and development in the developing world*. Abingdon: Routledge.
32. Tosun, C. 1999. Towards a typology of community participation in the tourism development process. *International Journal of Tourism and Hospitality*, 10 (2): 113–134.
33. Vargas-Sánchez, A. et al. 2011. Explaining Residents’ Attitudes to Tourism. Is a universal model possible? *Annals of Tourism Research*, 38 (2): 460–480.
34. Voleben, P. 2017. *Tajni život drveća. Što drveće oseća, kako komunicira*. Beograd: Laguna.
35. Buss, R. W. 1850. *The Almanack of the Fine Arts*. London: George Rowney and co.
36. World Economic Forum. 2017. Digital Transformation Initiative Aviation, Travel and Tourism Industry. https://www.accenture.com/t20170116T084449__w__/us-en/_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/WEF/PDF/Accenture-DTI-Aviation-Travel-and-Tourism-Industry-White-Paper.pdf#zoom=50. 14. siječnja 2018.
37. WTTC: The World Travel & Tourism Council. 2016. *Travel and tourism economic impact 2014*. London.



Tourist activities: from love to phobia (and back)

Abstract

Tourism has emerged as one of the fastest growing economic activities. It shows the share of GDP, employed and, often, the employment opportunities for the poorly educated workforce. And so it is around the world, with smaller and bigger deviations. In some countries, the development of tourism has led to radical changes in the lifestyle of the local population, which must or must leave those areas, or have to bear untold high living costs. This is especially the case in some cities of Italy and Spain, which led to sharp opposition to this kind of development of tourism activity. These protests are labeled as „tourismofobia”, which conceptually does not correspond to the content of this concept. Indeed, „tourismofobia” would suggest an unrealistic fear, while fear or opposition of the population to that kind of touristic development is based on quite realistic indicators.

Keywords: sustainability, tourism, tourismofobia, Spain, Italy, Croatia