

Mr. sc. Darko Vlahović

Split

VRIJEME NOVOG ŽIVOTNOG I TURISTIČKOG STILA

UDK/UDC: 379.8.093

JEL klasifikacija/JEL classification: L83

Simpozijски referat/Conference paper

Primljeno/Received: 4. travnja 2002./April 4, 2002

Prihvaćeno za tisak/Accepted for publishing: 29. svibnja 2002./May 29, 2002

Sažetak

Vrijeme prijelaza u treće tisućljeće donosi novine u pogledu obnavljanja nade potrebite za dostojniji život čovjeka. Čovjeka se, naime, ne smije zavoditi lažnim obećanjima i idolima i nije dobro sve ono što nam otvara put prema nekakvoj "sreći" kratkoga daha.

Konkretno, u svijetu turističke dokolice važni su sadržaji i postupci koji vode tjelesnom i duševnom zdravlju. Novu bi politiku razvitka turizma očito trebalo temeljiti na kulturi življenja u kojoj se briga za zdravlje i proširenje kulturnog horizonta očituju kao nastojanje za realizaciju novog stila života. S obzirom na dane pogodnosti i prednosti, hrvatski "wellness" turizam treba realizirati kao kombinaciju uporabe pogodnih prirodnih činitelja zdravlja i prilagođenih im uvjeta i postupaka koji odražavaju rast kvalitete života. Taj poziv je u osnovi radikaln i traži stvaranje novoga stila življenja u izvandomicilnoj turističkoj dokolici.

Ključne riječi: kultura odmaranja, wellness turizam, životni stil

UVOD

Na početku novog tisućljeća jedna od nezaobilaznih tema u sferi kulture odmora je poboljšanje kvalitete i radosti života. Smisao odmaranja, odnosno činjenica u kojoj mjeri turizam služi stvarnim, a ne izmišljenim/lažnim potrebama ne smije se zanemariti, ako se zna da svijet živi s višedimenzionalnom krizom (na djelu je politička, moralna, kulturna, gospodarska, socijalna i ekološka kriza). U središtu pozornosti je, dakle, ispitivanje koliko sama ideja i fenomen turizma služe zadovoljavanju bio-antropološke potrebe za odmorom i rekreacijom, te kolik je njihov stvarni doprinos uspostavljanju poremećene psiho-somatske ravnoteže u čovjeka.

Razumljivo je da današnje novonastale prilike i percepcija suvremenog čovjeka ne dopuštaju dug, ekstenzivan ladanjski život. Danas sve veći broj ljudi pati od kroničnog umora i ljudi sve teže podnose zagađenu atmosferu, povećanu buku, sve naporniji i intenzivniji tempo života. U "tjeskobnom načinu života" dani odmora nisu luksuz. Izvandomicilna turistička dokolica izvrsna je prilika za prekid načina života u užurbanoj svakodnevici i otkrivanje stanja koja omogućuju skrivenim dijelovima ličnosti da ožive, da se obnove i preporode, produžujući time učinak odmora - izgled i psihofizičku kondiciju - i u radnom dijelu godine.¹

Turizam u suvremenim uvjetima postaje jednom od osnovnih životnih navika. Mnogobrojne suvremene "hodočasnike" uključene u turistička kretanja u potrazi za okrepom, srećom i životom punim uzbuđenja i dinamike jednostavno privlači sve za njih novo, još neviđeno i jednostavno.

Turizam pokrenut različitim motivima, djeluje kao obnovitelj psihofizičkih snaga. Potrošena tjelesna i duhovna energija obnavlja se djelotvornim odmorom, a čovjeka najviše obnavlja duhovna energija. Za koncept današnjeg odmora općenito se može reći da je manjkav, jer nam nedostaje duhovna ponuda (duhovno nerazrađena).

Degradirani i depersonalizirani oblici turističke dokolice organizirani i realizirani u zatvorenom sustavu ponude, potenciraju probleme alijenacije. Posebno kad se ona provodi masovno, pasivno i na umjetan način, čak i potpuno nastrano, tako da uvelike fizički, psihički i moralno degradiraju čovjeka kao etičkog bića.² Nije rijedak ni slučaj da pojedini izazovni elementi turističke ponude potiču stvaranje umjetnih potreba, što svakako ide na uštrb zadovoljavanja dubokih potreba istinskoga turističkog života. Naravno, neka postojeća ograničenja razlog su površnom doživljavanju turističkih sadržaja. Stoji činjenica da današnji čovjek uglavnom nije navikao kreativno koristiti svoje slobodno vrijeme. Velik se broj turističkih posjetitelja ne snalazi, ne zna pronalaziti i razabirati sadržaje pravoga odmora - umjesto poticaja za opuštanje i obogaćivanje ličnosti, njima odmor prelazi u dosadu i "umor od odmora".

-
- 1 Okolnosti svakodnevnoga života često potiskuju ljudsku osebnost, pa dr. Swoggera, psihijatar iz Kanzansa, govori o godišnjem odmoru kao o prilici koja omogućuje prekid uobičajne dnevne rutine i oživljavanje zanemarenih dijelova vlastite ličnosti (o tome komentira dr. Ivo Belan članaku: "Kako prikupiti snagu za slijedećih 11 mjeseci" u Vjesniku, 1999.).
 - 2 O uzrocima i posljedicama višestruke alijenacije izvandomicilne turističke dokolice vidjeti: D. Alfier (1977), Uloga turizma u resocijalizaciji i desocijalizaciji suvremenoga čovjeka, str. 30-46.

U grčevitoj trci za stjecanjem materijalnih profita prečesto se zaboravlja na čovjeka. U svijetu u kojemu vlada potrošački hedonizam i nezasitni egoizam neizbježno se javljaju izgubljenost i beznađe. Dominantna orijentiranost na rast materijalnog standarda ne može promovirati vrijednosti koje se protive nasilju širenjem prostora za poštovanje kultura koje podupiru i uvećavaju čovjekovo dostojanstvo, povećavaju odgovornost za prirodu i potiču razvoj ekološke svijesti.

Novi globalizacijske okolnosti izazovne za čitav svijet - one ne bi trebale "proizvesti" nov tip kolonijalizma, nego nov način rada i življenja. Brze promjene i prepotentno nametanje novih "mjerila" zagovaraju svijet obilja, a ne svijet ljepote. Očito svijet u kojem živimo treba ljepotu, da ne bi pao u očaj (Ivan Pavao II). S modernom tehnologijom bez pravilnog razvitka duhovne sfere dolazimo u stanje gubitka ravnoteže.

Turizam se mora usmjeriti na očuvanje i razvijanje ljudskih vrijednosti, koje su izravno u funkciji ohrabrenja i dezalijenacije čovjeka. Tu se radi o suvremenim nastojanjima, koja idu za tim da jačaju kvalitativne aspekte života i koja, uz ekološku komponentu, ulaze u veoma zahtjevno područje promišljanja i djelovanja zahvaćajući pri tom dio emotivne inteligencije.

Dakako, čovjek u vrijeme "turističkog" odmora teži punini života. Kvalitetan odmor, prema tome, ne traži samo prirodno opuštanje, već zamjenu jednog oblika angažmana drugim. Da bi turizam dobio dublji smisao, mora biti koncipiran na dobro čovjeka. U tom kontekstu, turizam kao suvremenost očituje se kao buđenje nove "kulture života", koja ljudskom iskustva daje obnovljeni poticaj.³

Već u bliskoj budućnosti trebat će pokazati jesmo li spremni sebe vidjeti kao nositelje razvoja odgovornog (razumnog) turizma⁴, slijedeći volju i ponašanje kojim se dosljedno štite ekonomski, ekološki i etički principi. Etika, koja mora uzeti u obzir razmatranje mnogostrukih i kompleksnih suodnosa, uzroka i djelovanja, vrlo je važan aspekt djelovanja u budućem razvitku turizma. Programi koji ne respektiraju kulturne i duhovne potrebe degradiraju čovjeka na razinu obične robe. Modeli razvoja, stoga, ne smiju biti u suprotnosti sa zaštitom ljudskoga dostojanstva. U novom pristupu prijeko su potrebni unošenje najrazličitijih elemenata široko shvaćene

3 D. Vlahović, Turizam kao suvremenost i oblik osobnoga zadovoljstva, str. 91-101.

4 R. Garrone u knjizi "Turismo - responsabile" tvrdi da u odgovornom turizmu uzajamnost mora postati kriterij - radi se poštovanju, o kontaktu s ljudima, o jednostavnosti, o jednakosti, o smislu. Ohrabruje u vezi s tim činjenica da se ljudi na putovanju počinju zanimati za nešto posve novo, što bi njihov turistički život moglo obogatiti susretom u ravnopravnoj komunikaciji i prilagodavanju.

kulture, kao i određivanje sustava zajedničkih vrijednosti, bez kojih se ne može ostvariti poželjan smjer turističkog razvoja.

1. KULTURA I NEKULTURA TURIZMA

Turizam ima pozitivnu ulogu u općem kulturnom razvoju, posebno stoga što na više načina utječe na razvoj osobne kulture i što otkriva velik broj kulturnih elemenata u sklopu svoje ponude. On također pozitivno utječe na stvaranje novih objektivnih kulturnih vrednota, kao i svojevrsnih kulturnih dobara (objekata naročite arhitektonske i estetske vrijednosti).⁵ U svakom slučaju, turizam oplemenjuje čovjeka kao individualno i socijalno biće, između ostalog profinjuje osjećaje i odgaja ljude u integralnoj kulturi i uspostavljanju novih kulturnih dodira.

Turizam, zapravo, ne može ni postojati bez kulture - kultura je pripadala i pripada biti turizma i ona je jedna od njegovih temeljnih odrednica - ona čini samu osnovicu turizma, njegovu primarnu sirovinu, ključni resurs i preduvjet opstanka.⁶ Porast kulturnih motiva proširuje prostorne okvire turizma te izravno utječe na intenzitet i vremensku distribuciju turističkih posjeta. S druge strane, uključivanjem što većeg broja ljudi u turistička kretanja i u neposredu turističku aktivnost proširuje se područje aktivnog djelovanja kulture. O toj uzajamnoj uvjetovanosti svjedoči i činjenica da gotovo svaki oblik turizma izaziva kulturni učinak na objema stranama: i na posjetitelje i na domicilno stanovništvo u turističkim sredinama. Kultura i turizam postali su u toj mjeri prirodni saveznici, da je među njima nužna bliska stvaralačka suradnja (puna kooperativnost).

Kulturno je bogatstvo činitelj životnog ozračja u turističkoj receptivnoj sredini. Kulturne posebnosti bude interes za promatranje i ljubav prema životu. Domaćini moraju znati predstaviti svoju kulturu i razvijati vlastiti identitet na temelju kulturoloških, povijesnih i tradicijskih odrednica. Da bi se putem turizma dolazilo do punine života/smislenijeg iskustva, nužno je da ponuda bude koncipirana u skladu sa specifičnim ozračjem kulturnih elemenata, kao što su crkve i plemićki dvorci, ali i seoska gospodarstva i pojedine siromašne kuće, koje svjedoče o načinu života lokalnoga stanovništva.⁷ Upravo kulturni izvori kao odabir vrednota - specifično

5 Vidjeti: D. Alfier, Turističke funkcije kulture i kulturne funkcije turizma, Turizam - izbor radova, str.189- 199.

6 T. Hitrec, Kulturni itinereri - važan segment europske turističke ponude, str. 47.

7 Kulturna baština ne sastoji se samo od crkava i plemićkih dvoraca, već ona isto tako uključuje i seoska gospodarstva, pojedine siromašne kuće koje svjedoče o načinu života stanovnika - o tome vidjeti: C. Notarstefano (1996), Le role des itinéraires culturels du Consiel de l' Europe: Integration mondiale des cultures et identites culturelles locales, p. 529.

graditeljstvo, ruralno pejzažno naslijeđe, razna kulturna događanja i fešte, humane sastavnice turističkoga gostoprimstva – nezamjenjivi su elementi u razvoju strateškog turističkog proizvoda.

Uniformiranost je velika opasnost za suvremeni turizam. U sredinama gdje nema promicanja kulturnog napretka veoma se brzo počinju osjećati posljedice degradacije i osiromašavanja turističkoga života. Pretjerana i neukusna komercijalizacija kulture obezvređuje turizam. U uvjetima produbljenja proturječnih tendencija turističkog i kulturnog razvoja gubi se iz vida skladna cjelina i u odredištima se stvara bezosobna amorfn masa, što posjetitelje udaljava od cjelovitog doživljaja. Egzistencija raznolikosti, međutim, svjedoči postojanu snagu turizma, a izvorne vrijednosti najpouzdanije su jamstvo za doživljavanje iskustva autentičnosti.

Menedžment kulturne baštine trebao bi, stoga, strogo voditi računa o tome da se omogući puna zaštita kulturnih posebnosti u smislu promicanja održivoga kulturnog razvoja. Destinacije koje imaju pozitivna iskustva u afirmaciji vlastitog identiteta nemaju toliko problema s "internalizacijom" poslovanja. Gdje tih iskustava nema i gdje se osjeća sputanost turističke svijesti, nedostatak kompetencija, kreativnosti i profesionalizma – tamo su potresi s primjetnim karakterističnim nabojima glede prihvaćanja tuđih iskustava na račun potiskivanja vlastitih posebnosti i prednosti. A sve što se prihvaća bez kritičkih prosudbi u vremenskom tjesnacu i bez detaljnijih širih uvida, najčešće je uvod u trajniju degradaciju prirodne i kulturne baštine koja otvara put nezaustavljivom propadanju turizma. Sada se već slobodno može kazati da svako neodgovorno, neobuzdano i prepotentno nametanje tuđih iskustava/novih mjerila remeti normalan tijek turističkoga razvoja. Problemi su najsloženiji kad se potiče razvitak turizma koji odudara od društvenog i kulturnog konteksta pojedinih receptivnih sredina. A turizam koji briše posebnosti i različitosti obično se u više aspekata javlja kao novi oblik kolonijalizma. Među negativnostima posebno se naglašavaju takozvani "seks-turizam", uništavanje okoliša, ugrožavanje kulturnog identiteta, pljačkanje kulturnih dobara. Patologija turizma, na žalost, degradira vrijednosti koje turizam kao socijalni i kulturni fenomen posjeduje.

Dakle, turizam gledano teoretski, jeste značajan mehanizam ekonomskog rasta i kulturne razmjene, ali samo pod određenim pretpostavkama. On prestaje biti pozitivno usmjeren čim se pretvori u mehanizam za iskorištavanje/iscrpljivanje danih pogodnosti i vrijednosti krajeva koji pružaju gostoprimstvo. Deviza "iskoristi ili odbaci" samo je jedna od metoda pritiska ("globalne poslušnosti") na domaće stanovništvo. Turizmu se ne piše dobro u situaciji kad lokalno stanovništvo nije u mogućnosti odlučivati o svim važnim pitanjima njegovog razvitka, ili pak kad su pojedini sadržaji dokolice odvojeni od uvjeta u kojima živi velik dio lokalnoga stanovništva. Kad se već nude recepti modernizacije i napretka turističkih područja, uvijek je povoljnije ponuditi "udicu nego ribu". S nekulturom turizma javlja se niz negativnih učinaka: dolazi do poništavanja kulturnih posebnosti (drugih kultura), ne uspijeva se staviti u

pokret lokalna ekonomija, priljev deviza se troši za nabavu dobara koja se ne proizvode u vlastitoj zemlji (neke zemlje čak 90 posto uvezene valute troše za uvoz neophodne robe iz bogatijih zemalja). U tom tipu turizma često susrećemo elemente nepravde, varanja, zlorabe, prepotencije. Svjedoci smo prakse da se "kulturnoj i prirodnoj baštini sve više prijeti uništenjem, ne samo zbog tradicionalnih uzroka raspada, već i zbog razvoja društvenog i gospodarskog života koji te uzroke još više pogoršava pojavama koje dovode do promjena i još strašnijeg uništenja" (iz konvencija UNESCO-a o zaštiti svjetske i kulturne baštine u 1972. godini).⁸

Danas su posebno na udaru male tranzicijske zemlje, koje unatoč privlačnim (izdašnim) prirodnim i kulturnim resursima ne uspijevaju stati čvrsto na vlastite noge. Osim prepoznavanja i odstranjivanja unfikacije ukusa i rasprodaje darovane ljepote, u strateškoj prilagodbi važni su koncepti samosvijesti i potreba očuvanja specifičnih odlika, kao potvrda postojanja oslonca na vlastite kulturne korijene i ustrajnog čuvanja segmenata povijesne autohtonosti.

U socijalno odgovornom tipu turizma obvezno se vodi računa o kulturnim vrednotama i o zaprekama u receptivnim turističkim sredinama. U toj kulturi odmora polazi se od etičkog stava da u turističkoj zbilji valja poštovati odredišno mjesto i prirodu prema kojoj se ide.⁹ Turističkim posjetiteljima ne smije biti sve dozvoljeno, a obrazac ponašanja "gost kralj" nije prihvatljiv s aspekta afirmacije turističkoga gostoprimstva. Na srdačnu dobrodošlicu valja odgovoriti primjerenim ponašanjem. Budući da su domaćini nositelji autentične kulture, njima treba biti namijenjena aktivna uloga u razvitku turizma i oni od toga razvitka trebaju imati najviše koristi. Za dobrobit turizma svakako je potrebno voditi računa o kulturi onoga koji putuje i onoga kome se dolazi. U susretu različitih kultura nužna je ravnopravna komunikacija radi obostranoga kulturnog obogaćivanja i uvažavanja. Tako dolazi do unapređivanja odnosa i solidarne razmjene. Novu (pronađenu) svijest potiču životni oblici turizma s obzirom na to da se u ponudi stvaraju sadržaji i primjenjuju postupci koji idu za jačanjem tjelesnog i duševnog zdravlja (unapređenje ljudske ličnosti) kao i promicanje kulturnog, duhovnog i moralnog razvoja. Trajna preokupacija jest rast na principu održivosti ekološkog i kulturnog razvoja, što omogućuje izbor vrednota koje su izravno u funkciji rasta kvalitete života. Ovdje su sadržaji turističke dokolice drugačije nego u slučaju kad otuđenost kao rezultat

8 H.Barre, Culture, tourisme et developpement: les enjeux du XXIe siecle, p. 482.

9 Posjetiteljima treba pružiti srdačnu dobrodošlicu, ali u zamjenu od njih valja očekivati da svojim ponašanjem poštuju destinaciju koju posjećuju - o tome vidjeti: N.P. Hadley, Kooperativno upravljanje turizmom u nacionalnom rezervatu faune "Midway Atoll": planiranje, procjena stvarnog stanja i strateški razvoj, str. 252.

dehumaniziranih odnosa rađa nizom negativnih manifestacija, stvarajući ponudu u kojoj je sve ponuđeno jednako - ona tada i nije ništa drugo nego jelo, piće i ubiranje novca.

Za razliku od "tradicionalnoga" turizma, koji je nastao i širio se samo u bogatim zemljama, suvremeni je turizam svugdje prisutan i intenzivno se širi prema nerazvijenim dijelovima svijeta. U suvremenom turizmu već se ostvaruje oko šest milijardi putovanja na godinu, sa 127 milijuna djelatnika u svijetu. S učinkom od 6 posto svjetskog društvenog bruto proizvoda, turizam je danas jedan od vodećih sektora u svjetskoj ekonomiji (iza industrije, a ispred automobilske industrije, industrije čelika i elektroničke industrije). Za budućnost turizma kao svjetskoga fenomena presudno je jačanje njegove funkcije prenošenja istine i vrijednosti koje podupiru i uvećavaju čovjekovo dostojanstvo u umijeću prakticiranja načina za poboljšanje zdravstvenih uvjeta, a istodobno se protive svemu što obezvređuje njegove učinke na kulturnom, socijalnom i ekonomskom polju.

2. POZIV NA PROMJENU PONAŠANJA

Nova "kultura života" traži da čovjek u svojoj slobodi bude odgovoran. U novonastalim uvjetima on se ne smije zavoditi lažnim obećanjima i idolima. Da bi se dobila nova kvaliteta života, nužna je promjena u kojoj se daje prednost "biti" pred "imati", osobi nad stvarima, poštovanju drugoga, srdačnom prijemu... Ako je to uopće moguće, potrebno je zamijeniti laž istinom, mržnju ljubavlju, individualizam i egoizam altruizmom i solidarnošću. Poziv je očito radikalniji, jer se njime traži stvaranje novog stila življenja.

Rast kvalitete života zahtijevat će da i proizvodi "industrije zabave" budu koncipirani u skladu sa zdravim načinom života, odbacujući pritom užitke koji vode u potrošačku ispraznost. U zdravom turističkom razvoju važno je ne zaboraviti kulturu svoga kraja. Jer, upravo osebujni životni oblici turizma ne smiju brisati kulturne različitosti i ne osiromašivati ljudski duh.

U modernim vremenima turizam postaje jednom od osnovnih sustavnica suvremenog života; ljudi na odmoru imaju potrebu za drugačijim načinom života od uobičajnoga, nastojeći kompenzirati barem dio onoga što im je uskraćeno u svakodnevnom životu. Odmor na turistički način prilika je za komunikaciju s domaćim ljudima, za promatranje, doživljavanje autentične ljepote i za upoznavanje znamenitosti i uočavanje socijalne posebnosti.

Zbog mnogostrukih pojavnih oblika i načina njegove trajne promjenjivosti u današnjim uvjetima nije moguće odmah prepoznati i definirati svu narav turističkoga fenomena. No, raspoznavanjem nekih zajedničkih elementata moguće je formulirati stav: nije dobro sve što nam otvara put prema zadovoljstvu i "sreći." kratkoga daha. Zadnji kriterij vjerodostojnosti dobre naravi turizma jest zdravlje, tj. njegovi poželjni oblici

i sadržaji dokolice koji služe dobrobiti bića i okoliša te su, kao takvi, izravno namijenjeni zadovoljavanju cjelovitih ljudskih potreba – tjelesnih/terapeutskih, duhovnih, religioznih. Čovjek, kao jedino biće u prirodi sposobno razlikovati dobro od zla, mora prepoznati sredstva koja mu mogu koristiti u očuvanju i stjecanju zdravlja. Pri tome se zdravlje ne smije svesti samo na tjelesni aspekt. Ono obuhvaća cjelinu ljudskoga života kao traganje i stvaranje sposobnosti za suočavanje sa stresnim situacijama, visok moral i zadovoljstvo životom, psihičku dobrobit i sl. U tom kontekstu turizam nije samo odmor. On je i osposobljavanje ljudi. Turizam će se moći tretirati kao novu pedagogiju, novo odgajanje ljudi samo ako se on očituje kao umijeće odgoja čovječanstva.

Životni stil razvijenog svijeta traži ozdravljenje bolesnoga srca suvremene civilizacije. Govor o samootrežnjenju ili trpljenju ne smije biti žalostan, već on traži razumijevanje cjelokupne stvarnosti, drugih i drugačijih. On nas tek uvodi u istinu: u razumijevanje samog sebe, vlastitog života i životnoga poslanja kao konačne perspektive.

S tim u vezi, nova bi se politika razvitka turizma nužno trebala temeljiti na kulturi življenja u kojoj će se briga za zdravlje i proširenje kulturnog horizonta potvrditi kao realizacija novih turističkih stilova življenja¹⁰, povezujući kvalitete¹¹ kao što su: različiti smjerovi u prehrani, održavanje tjelesne kondicije i duhovne stabilnosti, održavanje zdravlja upotunjavanjem vedrinom i mirnoćom, vježbanjem i usvajanjem postupaka za uspostavljanje usklađenosti duha i tijela, te razni drugi edukativni programi.

Zbog novih pojava i tendencija u razvitku turizma i zbog očiglednih promjena u njegovoj strukturi i značajkama, napredovanje u "industriji zabave" više neće biti moguće na osnovi "uhodanih" oblika ponude. Primjerice, wellness turizam je konkretan pravac novoga razvoja ponude odmora "dobroga zdravlja" koncipirane kombiniranom uporabom prirodnih činitelja zdravlja i odgovarajućih postupaka i tretmana.¹² Poznati Club Mediterranee svojim "bijegom od civilizacije" (ponuda turističkog sela zatvorenog tipa s kućicama od trske izrađenim u polinezijskom stilu i brojnim sadržajima aktivnog odmora) tradicionalno njeguje izvorni tip ponude, kojom se potvrđuje da luksuzni smještaj nije najbitniji dio ljudskog

10 O tome da je ranije vladao trend opće unifikacije (tzv. "kokokolizacija" svijeta"), a da sadašnje vrijeme karakterizira orijentacija prema specifičnostima, raznolikosti i poštivanju tradicije, te da velike globalne promjene izazivaju drugačiji način života u kojem kvaliteta dobiva važnu ulogu (kvaliteta u vrijednosnom sustavu zamjenjuje kvantiteta, individualnost kolektivizam...) vidjeti: P. Tadaš, Ekologija i drugi faktori promjene životnog i turističkog stila, str. 147.

11 Vidjeti: I. Avelini Holjevac, Kvaliteta – što je to? , str. 56-59.

12 Vidjeti: D. Vlahović, Zdravstveni programi u turizmu, str. 346-354.

odmora (turističkog proizvoda) - ali ponuda sadržaja i ukupnog ugođaja to jeste. Vrijeme koje je pred nama pokazat će kolika je naša spremnost ulaganja napora u podizanje i promicanje jednostavnijih i humanijih sadržaja odmora u prikladnijim oblicima, i to uz prihvaćanje orijentacije na vjernost i čuvanje vlastitog identiteta u susretu s drugim kulturama što rezultira razvojem vlastitih sposobnosti, potičući na taj način kreiranje novih trendova i kretanje prema boljoj/svjetlijoj turističkoj budućnosti.

Uglavnom, koncept novog turizma počiva na konstrukciji: obogatiti se ljudima; u turističkom susretu svakom se čovjeku pristupa iskreno i s ljubavlju. Ovaj "credo" bi bio najveće mjerilo turističkog uspjeha. Bilo bi divno kad bi se to načelo moglo primjenjivati u svakom dijelu rada velikih i malih turističkih sustava. Kaže se: čisti račun, duga ljubav. Ali, gdje su računi bez ljubavi – dugoročno se neće imati što računati. Turizam se ne smije razvijati nekontrolirano, da sve ide bez veze, nered na nered. Za kvalitativno nove prodore očito su potrebne vrijednosti koje mogu osmisliti turistički život. Pri tome se ne smije zaboraviti čovjekovu duhovnu dimenziju. U svim turističkim programima valja promicati ljudsko dostojanstvo, buditi nadu i pružati radost, kako bi se otkrivala kvaliteta života u kojoj je najvažniji autentičan odnos prema ljudima i prirodi i ukupnoj stvarnosti. Turizam je zaista izvrsna prilika da ljudi na širokim prostorima međusobno budu povezani i da se revitalizira edukacija čovjekove sposobnosti.

Positivne se promjene u kulturi odmora naslućuju rastvaranjem svega što je umjetno stvorila civilizacija blagostanja (hedonistički mentalitet i sekularizam), a koja se ne poziva na čistoću i pozitivne vrijednosti ljudskoga života. Ta usmjerenost nosi u sebi snažnu dimenziju posvećenosti i produhovljenosti svijeta. Da bismo imali turizam koji nadahnjuje i proširuje horizonte čovjekove spoznaje, prijeko je potrebna velika i ustrajna angažiranost brojnih činitelja, posebno činitelja koji na bilo koji način utječu na prihvaćanje novih stilova življenja u slobodnome vremenu.

3. RJEŠENJA ZA HRVATSKU

Hrvatska je zemlja tradicionalne kulture. Identificirati, štititi, sačuvati, vrednovati povijesnu baštinu prva je zadaća ljudi se brinu za nacionalni identitet. Ako ne znamo tko smo i što hoćemo, drugi će određivati našu sudbinu. A bilo bi više nego tragično dopustiti da se turizmom kao "apsolutnim hrvatskim gospodarskim prioritetom" ova zemlja "utopi" u jednoličnost kreiranu po diktatu unificirana ukusa.

Iskustva pokazuju da u razvitku turizma ipak bolje prolaze društva kojima nije mnogo stalo do bogataša koji se ne umiju prilagoditi skromnijim zahtjevima. Hrvatska, koja je stalno u nekim restrukuracijama, nije još uspjela razabrati odrednice svoje nove turističke budućnosti - živeći na modelu rasta ponude koji nije prirodno usklađen s njezinim kulturnim, duhovnim i tradicijskim naslijeđem pa tako neizbježno

upada u reminiscencije o bogatim i siromašnim gostima. Dakle, bogati kod nas nisu spremni puno trošiti, jer "ne žele plaćati usluge skuplje od njihove stvarne vrijednosti"; s obzirom na kronični nedostatak "boljih" usluga, događa se da bogati uvijek pretjeruju s prigovorima (oni koji imaju sve i sve iskorištavaju, obično ni u čemu ne znaju uživati). A odnos prema siromašnijim gostima, najblaže rečeno, nije primjeren zreloom poimanju turističkoga gostoprimstva. Kategorija se "običnih ljudi" na neki način prezire, premda hrvatski turizam zapravo živi od njih.

U hrvatskim prilikama, praksa nastavljanja neshvatljivo plitkih špekulantskih igara oko koncepcije razvitka turizma, pozivajući se na tzv. elitni turizam i dajući mu epitete koje mu i ne pripadaju, veoma ilustrativno potvrđuje da ne možemo odoljeti bolestima današnjega svijeta, koji je duboko zagrezo u potrošački hedonizam i relativizam svake vrijednosti. Posebno je teško podnositi stanje u kojem se pojedine strukture moći i vlasti stavljaju u poziciju oblikovatelja pukog iskorištavanja osebnoga bogatstva, zalažući se da nam na ekskluzivnim mikrolokacijama što prije izniknu raskošni smještajni kapaciteti u luksuznim hotelskim lancima, predstavljeni objektima s pet zvjezdica, ne pokazujući ni trunke zabrinutosti za rastuće opasnosti širenja "internacionalizacije" bez kontrole, koja nas približava kulturnoj entropiji u otuđenosti i rušenju tradicionalne kulture.

U Hrvatskoj nikad nije bilo jednostavno i zahvalno raditi na afirmaciji vlastitoga vrijednosnog identiteta. Njezini se gospodarski turistički subjekti nikad nisu mogli razvijati u ozračju prosperiteta, u postojanome miru i zacijelo je to jedan od osnovnih razloga doživljavanja sudbine inferiorne destinacije (loše "turističke" sreće). U nedostatku odgoja i svijesti o vrijednostima nacionalnoga bogatstva turizmu zemlje se nikad ne piše dobro - to područje ljudske aktivnosti zahtijeva strogo poštovanje načela vrednovanja autentične kulture i tradicije, uz aktivnu ulogu lokalnoga pučanstva kao kritičnoga čimbenika. Inače se događa turizam tipa da je sjetva lokalna, a žetva globalna. Svi kupljeni kao roba teško će ikad moći uspješno funkcionirati i pokretati inovativne promjene, jer će im nedostajati poticaji za aktivnosti koje im dugoročno donose više koristi.

Hrvatska je kao rijetko kad do sada na udaru "velike trgovine", koju u osnovi obilježavaju razni pritisci i velike imobilijarne špekulacije. Pojedini odgovorni čimbenici trebali bi do kraja biti svjesni složenosti i osjetljivosti sadašnjeg stanja, kako darovanu ljepotu (s temeljnim vrijednostima) ne bi nepovratno izgubili u raznim oblicima otuđivanja ili nerazumnom rasprirođivanju.

U okolnostima u kojima se sada djeluje valja biti na čistu da nedostatak oslonca na vlastite kulturne korijene umanjuje potencijale turizma na hrvatskim prostorima, posebno u uvjetima nestajanja segmenata povijesnih autohtonosti pojedinih mjesta i područja. U pristupu je važno, osloboditi se od nametanja pogrešnog shvaćanja turizma i načina njegova kreiranja. Strateški interes nacionalne turističke politike je sačuvati kontrolu

nad cjelokupnom osnovicom razvitka turizma. U tom je smislu nužno pristupiti aktivnom planiranju sa smjernicama za korištenje postojećih i otvaranje novih turističkih lokacija (omogućiti u što većoj mjeri usklađivanje pojedinih elemenata ponude i postizavanje najpovoljnijih učinaka), vodeći posebno računa da se ne potiče rasprodaja turističkih nekretnina te da domaće stanovništvo turističkim razvojem ne gubi povjerenje u budućnost. Ustrajanje u očuvanju vlastitih kulturnih/turistički prepoznatljivih vrijednosti ne znači izolacionizam i zatvaranje. To potvrđuje postojanja razvojne sposobnosti prožimanja modernog i tradicijskog u komuniciranju s drugima, prihvaćanjem kultura jednake vrijednosti radi izgrađivanja suvremenosti. Konkretni oblici organiziranja također moraju biti usklađeni s tehnološkom strukturom korištenja naročitih prirodnih uvjeta i ostalih činitelja turističkih privlačnosti (zavičajnih vrijednosti). Problemu "repozicioniranja" očito treba pristupiti na pravi način, tj. prilagodbom koja počiva na konceptu samosvijesti o očuvanju specifičnosti i tradicionalne kulture. Destinacija koja umije njegovati i afirmirati svoje posebnosti kao odraz postojanja specifičnih materijalnih i duhovnih resursa vrlo brzo se izdvaja prepoznatljivim turističkim vrijednostima i zaslužuje uvažavanje zbog očuvanja vlastitog kulturnog identiteta.

Projekt moderne Hrvatske podrazumijeva stvaranje čvrsto povezane društvene zajednice s puno bogatih raznolikosti. Hrvatska je mala zemlja, ali posjeduje bogatsvo reljefa, klime, običaja, utjecaja, naslijeđa. Ona sada, živeći u punoj slobodi i samostalnosti, mora jasno odrediti i afirmirati sadržaj svog identiteta, mora buditi ozračje posebnosti i isticati vrijednosti u službi njezine budućnosti. Ona također mora probuditi pozitivnu energiju u stvaranju novog lika zemlje. Uz sve to, valja poticati konkurenciju kreativnosti, osobito u području obogaćivanja ponude autohtonim hrvatskim proizvodima. S obzirom na aktualne tranzicijske probleme i uvjete, dobro bi došao program koji bi definirao što se sve u zemlji iznimnih turističkih potencijala može imati i nuditi. Taj korak bi označio početak kreiranja trendova i novih stilova življenja u hrvatskim odredištima. Tim putem moguće je ići jedino ako su u ponudu ugrađene vrednote usklađene s oblicima istinskog i autentičnog duha. Neka bude dobra i drugačija, ali neka izvire iz tradicije osebnosti lokalne i šire nacionalne kulture.

ZAKLJUČAK

Novonastale životne situacije i okolnosti potiču svijest o potrebi stvaranja nove paradigme odmora. Tu više nije riječ ni o kakvim obmanama ili produžetku stanja izgubljenosti i beznađa, nego o istinskom doprinosu prihvaćanja drugih i drugačijih kao i spremnosti na žrtvovanje za dobro pojedinca/osobe i društva.

Suvremene turističke migracije su pod jakim utjecajem kulture. Na žalost, ne mogu se i ne smiju zanemariti destrukcije vezane uz nepoštovanje umjerenosti i razbijanje autentičnosti, koje osobito pogoduju patologiji turizma, izazivajući razne oblike antiturističkoga ponašanja. U

razvitku turizma osobito je važno lokalnu kulturu tretirati kao dio cjelokupne ponude. Da bi se osmislio koncept turističkoga boravka nužno je unosenje najrazličitijih elemenata široko shvaćene kulture u turizmu - kultura i umjetnost kao komponente omogućuju nadahnuća i ostvarivanje punine doživljaja.

Čuvanje/jaćanje vlastitog identiteta i razvoj vlastitih sposobnosti jamstvo su za doživljavanje iskustva autentičnosti, te su poziv za realizaciju novih stilova življenja u turističkim migracijama. U vezi s tim svi bi se sadržaji turizma trebali naći u funkciji ostvarivanja boljeg načina življenja, i to u smislu razvijanja kulture života.

Turizam će imati dobru perspektivu ako ne izgubi osjećaj za čovjeka. U razvoju turističke ponude, posebno u gostoprimstvu kao njezinom bitnom konstitutivnom elementu, valja očuvati ljudske vrijednosti i spremno raditi na osiguranju "integralne kvalitete", uključujući zaštitu specifičnosti kao uvjet za stjecanje novih životnih iskustava. U suvremenoj kulturi odmaranja otkrivanje novih stilova života okrenuto je sadržajima koji omogućavaju kulturno obogaćivanje i jačanje zdravlja. S novom paradigmom odmora ulazi se u razmišljanja o cjelovitom zdravlju, kao znaku buđenja nove "kulture života". Zapravo, temeljna se usmjerenja nadovezuju na povezivanje potrebnih kvaliteta, kako bi se osigurala svrhovitost, sadržajnost i racionalnost u provođenju odmora na turistički način.

LITERATURA

- Alfier, D., (1977), Uloga turizma u resocijalizaciji i desocijalizaciji suvremenog čovjeka, Humanističke vrijednosti turizma, Zbornik radova, Pedagoška akademija u Zadru
- Alfer, D., (1970), Turističke funkcije kulture i kulturne funkcije turizma, Turizam - izbor radova, Institut za turizam, Zagreb, 1994.
- Avelini Holjevac, I., (2001), Kvaliteta - što je to? Ugostiteljstvo i turizam, Zagreb, br. 9-10
- Barre, H., (1966), Culture, tourism et developpement: les enjeux du XXIe, Editions AIEST, ST. Gallen, Vol. 38
- Garonne, R., (1993), Turismo - responsabile, Associazione ram, Ricco
- Hadley, N.P., ((2001), Kooperativno upravljanje turizmom u nacionalnom rezervatu faune "Midway Atoll": planiranje, procjena stvarnog stanja i strateški razvoj, Turizam, Zagreb, Vol. 49, br. 3
- Hitrec, T., (1996), Kulturni itinereri - važan segment europske turističke ponude, Turizam, Zagreb, Vol. 44, br. 3-4
- Notarstefano, C., (1996), Le role des itineraires culturel du Conseil de l Europe: Integration mondiale des cultures et identites culturelles locales, Editions AIEST, St. Gallen, Vol. 38

- Poon, A., (1994), *The new tourism revolution*, Butterworths Scientific, Guilford
- Tadej, P., (1992), *Ekologija i drugi faktori promjene životnog i turističkog stila*, Turizam, Zagreb, god. 40, br. 9-10
- Vlahović, D., (2000), *Zdravstveni programi u turizmu*, Zdravstveni turizam za 21. Stoljeće, Zbornik radova, Thalassotherapia, Opatija
- Vlahović, D., (2001), *Turizam kao suvremenost i oblik osobnoga zadovoljstva*, U: Mirić D./Vlahović D. i suradnici, *Suvremeni život i srce*, Hrvatsko kardiološko društvo – ogranak Split i TZ SDŽ
- Vlahović, D. (2001), *Koncepcijski i organizacijski problemi razvitka zdravstvenog turizma u Hrvatskoj*, *Zdravstveni turizam u Hrvatskoj*, Knjiga izlaganja na znanstvenom skupu, Akademija medicinskih znanosti Hrvatske, Zagreb

Darko Vlahović, M.Sc.

Split

THE TIME OF A NEW LIFE AND TOURIST STYLE

Abstract

It seems that the time of the transition into the third millenium brings along the novelties regarding the revival of the hope necessary for a human life. People must not be seduced by false promises/idols, and by a short-winded "happiness".

To be more concrete, the contents and procedures leading to physical and spiritual health are very important in the world of tourist leisure. The new policy of the development of tourism should be based on such a culture of living where the care for health and enlarging cultural horizons should be manifested as the pursuit of new living styles. Taking into consideration its conditions and advantages, the Croatian "wellness" tourism should be realized as a skilful combination of natural factors of health and receptive procedures reflecting the rise of the quality of life. This is a rather radical demand and requires the creation of a new style of living in the tourist leisure outside one's own domicile.

Key words: *holiday culture, wellness tourism, lifestyle*

JEL classification: L83