

## Uvod u sociologiju turizma

Od vremena kada sam počeo svoju karijeru (bilo je to davne 1984. godine) u zagrebačkom Institutu za turizam, mnogo se toga promijenilo u koncepcijama sociologije turizma. Nekoć sam bio nezadovoljan, čak nesretan, svojom ulogom sociologa turizma, jer se sociolog uvijek smatrao sekundarnim, gotovo nebitnim znanstvenikom. Njegove analize karaktera, motiva i vrijednosti turista i domaćina katkada su bile zgodne (pogotovo ako se radilo o egzotičnim zemljama), ali općenito su završavale opće-poznatim stereotipima o Nijemcima koji rado jedu kobasice i Talijanima koji mnogo pričaju, i ni po čemu se nisu mogle uspoređivati s ozbiljnim ekonomskim analizama i projekcijama. Sociolog turizma je jednostavno bio prišipetlja ekonomistima koji su radili prave stvari i točne analize. Zadaća sociologa turizma nekoć je bila, a za mnoge je to još i danas, da počisti teren kada ekonomisti završe svoj posao, odnosno da tu-i-tamo napravi kakav ukras „pravim analizama“, kako bi se one mogle lakše čitati, ili da popularizira (inače nepopularne) ekonomske zaključke, kako bi oni dobili bolji „publicitet“, „PR“, ili jednostavno pribaviti malo širu publiku.

U izvjesnome smislu, kažem, još je i danas tako. Tu navodnu zadaću sociolozima turizma danas ne diktiraju šefovi ekonomisti i konzultanti, već srednji menadžment, hotelijeri, pa čak i turističke škole i njihovi studenti, koji smatraju da se zaključci i smjernice sociologije turizma moraju na neki način pragmatično pobrojati, skratiti, shematizirati, prikazati na jednom slajdu punom strelica i po mogućnosti sažeti tako da svima odmah sve bude jasno. U takvoj koncepciji nisu nam potrebne nikakve povijesti, nikakve analize socijalnih klasa, nikakva razglabanja o „vrijednostima“ - takva sociologija turizma zapravo više uopće ne bi bila *sociologija* već eventualno zdravorazumska preporuka za koju uopće nije potrebno znati ništa o sociologiji. (Kako bih ispravio taj trend, početna četiri poglavlja ove skripte sastoje se od mogjeg prikaza osnove sociologije – to su bila poglavlja udžbenika pisanog za drugu vrstu studenata). I tako umjesto potencijalno najljepšeg predmeta na svijetu, koji obuhvaća sva ikad poznata putovanja i migracije, i sve one ljudske nade, iskustva i strepnje od „stranoga“ svijeta, sve one proizvode kulture koji su nastali zato da bi im se drugi ljudi divili i kretali na putovanje zbog njih, svo ono tkanje malo poznatih udaljenih kultura, ubrzo dobivamo najdosadniji predmet, sadržaj i metodu kojim bi sociolog (uz pomoć kristalne kugle valjda) pragmatično mogao odgovarati hoće li ove sezone na Jadran stići više Slovenaca ili Srba i eventualno – zašto. U takvim uvjetima, a i u skladu s duhom vremena, krajnji je doseg sociologa bio da ukaže na eksploatacijski karakter turističkih odnosa, da s gnušanjem odbacuje neautentičnost turističkog ponašanja, da pogrдно turiste naziva „hordama“ ili još gorim riječima iz životinjskoga svijeta.

Srećom, otkada se devedesetih godina turizam više nije predavao samo na ekonomskim studijima, već je postao izborni ili obavezni kolegij na studijima antropologije, etnografije, pa i same sociologije (ali ne kod nas), on je postao još jedan etnografski „totalni fenomen“, za čije je razumijevanje bilo potrebno malo više opće kulture od znanja kako se rade kompjutorske prezentacije, i malo manje ideološkog naboja protiv eksploatacijskog kapitalizma u turizmu, ili u blažoj varijanti – protiv prikriivenih odnosa moći. Takav razvoj događaja omogućio je nizu istraživača turizma da ga pronađu u vrlo dubokim ljudskim potrebama, u zagonetnoj i začudnoj povijesti čovječanstva, u mnogim migracijskim pobudama, u umjetničkom ili eskapističkom užitku, te da ga počnu objašnjavati dotad čudnim analitičkim aparatima. On je postao legitimni akademski predmet proučavanja. Kažem akademski, a to znači da se sociologija turizma više nije trebala truditi (a tu je priliku i iskoristila) da bude praktična u smislu grafikona sa strelicama, i da hotelijerima nudi savjete kako zabaviti turiste određenih nacionalnosti ili posebne dubine džepa. Ona je počela pronalaziti već poznate kulturne

artefakte koji su pred tisuću ili više godina imali turističku funkciju (a koja povjesničarima umjetnosti nije bila posve jasna), ona je bezinteresno, samosvrhovito putovanje, navodno karakteristično za turizam, pretvorila u vrlo maštovitu izgradnju ljudskog karaktera, ona je počela pronalaziti turističke artefakte i turističku politiku u vremenima najgorih diktatura, ona je fenomenološki počela analizirati različite stupnjeve aktivacije i afirmacije ljudskih osjetila, vrlo duboke i zagonetne motive putovanja, te se približila stvarnom životu turista. Umjesto dubioznih analiza tablica s podacima na temelju kojih je morala davati još dubioznija predviđanja, ona je počela tražiti izvore razumijevanja u biografijama, putopisima, pismima, u literaturi, u fotografijama i drugim umjetničkim djelima; preko turizma uspijevala je opisati cikluse urbanog života; turizam se počeo shvaćati u kontekstu općih demografskih kretanja, bioloških i ekoloških trendova, te su čak i biološke zakonitosti počele igrati ulogu u sociološkim analizama. Odjednom su cijeli nizovi još neistraženih metoda pribavljenih iz različitih disciplina, o stvaranju mreža, o širenju ideja, o dinamici komunikacije, o jezičnoj raznolikosti, o psihologiji recipročnosti, o matematičkim modelima teorije igara počeli igrati ulogu u sociološkim analizama turizma. Veliki povijesni događaji, ratovi, ideološke promjene, promjene vlasti odjednom su postali važni faktori za razumijevanje lokalne i globalne dimenzije turizma. Ukratko, došlo je do procvata sociologije turizma.

Ali taj je procvat još uvijek tek hibernirana najava, jer su akademski turizmolozi, i njihovi klijenti, studenti visokih škola, middle-menadžeri, hotelijeri, lokalni vlastodršci, naručitelji projekata, inženjeri ljudskih odnosa u obliku projektnih menadžera, PR menadžera, menadžera ljudskih resursa, sa često skromnom općom kulturom i skromnim navikama čitanja nepragmatičnih djela kulture, još uvijek pod utjecajem starih očekivanja. Njima su primjerice globalizirani utjecaji etno-glazbe na turizam Gane ili Senegala još uvijek „metafizika“; njima je biologija otočnih populacija i njima karakterističnih obrazaca seksualnog ponašanja posve nerazumljiva; utjecaj novih ideologija na pad ili porast turizma je isuviše „far-fetched“; mogli bismo maliciozno reći da se cijeli jedan niz stručnjaka za turizam pretvorio u stari stereotip „turista“ – ovaj put u znanosti.

Možda je jedan od razloga za to stanje činjenica da i u znanosti o turizmu, kao i u znanosti općenito, postoje dvije kulture, koje gotovo uopće ne komuniciraju: kultura društvenjaka, koja u svemu vidi oblik umjetnosti, i kultura „prirodnjaka“, tehničara i inženjera, koji u svemu vide jednostavan „fix“, tj. kako da najkraće riješe problem. To po sebi ne bi predstavljao problem, kada se takvo stanje ne bi perpetuiralo među studenima, koji se počinju radikalno dijeliti na one koji žele na najjednostavniji način položiti ispite (recimo tako da samo budu prisutni na nastavi), i one koji imaju veće prohtjeve (recimo kulturnog uzdizanja, zašto ne?), ali im za to obrazovni sustav ili navike nastavnika ne daju prilike.

Međutim, i sociolozi sami nose velik dio krivice za takvo stanje. Sociolozi turizma, gotovo kao i sociolozi općenito, često su skloni svaki zanimljiv problem prebaciti na tuđi teren, nekome drugome. Pogledamo li razvoj sociološke struke, vidjet ćemo kako su se tijekom XIX i XX stoljeća prvo od nje odlijepile ekonomija i psihologija, potom politologija, a u novije doba razni studiji komunikacije, medija, novinarstva, informatike, pa čak i ona bliža područja - etnologije i antropologije. Studij turizma još uvijek nije predmet ni na jednom našem studiju sociologije, već je odbačen, izguran u „više škole“, kao manje vrijedan, „neautentičan“ predmet proučavanja (premda je i takva formulacij pretenciozna – jer on nikada nije bio predmet „ugledne struke“). A slično je i s brojnim drugim temama i problemima.

Ove riječi trebale bi poslužiti kao isprika, ili opravdanje, svima onima koji će u ovoj skripti, ili budućoj knjizi – kako se nadam, naći tekstove koji se u njoj, po nekoj zastarjeloj, prašnjavoj definiciji sociologije turizma ne bi trebali naći. Umjesto da se bavimo definicijama, kao što su to radili prvi sociolozi turizma, kojim su se odbacivala cijela područja legitimnog proučavanja putovanja, motivacija, kulturnih obrazaca, ovim tekstovima i proširenim nizom izvora, želio sam prvo sugerirati, a jednom prilikom nadam se i dokazati, kako sociologija turizma može biti zanimljiva samo ako integriira dva donedavno netipična slučaja: 1. ako se dvogled malo udalji od svog predmeta, tj. ako turizam iz vrlo specifično definiranih krugova (vidi primjerice Cohenov tekst: „Tko je turist?“) i fenomena vratimo natrag u sferu svih putovanja, u sferu „potrebe za putovanjem“ i novim iskustvima; ili primjerice ako odnos turista i domaćina shvatimo kao tek akcidentalnu specifikaciju bilo koje interakcije dvaju sebičnih pojedinaca; ili pak ako turizam ponovno vratimo u kontekst općih socijalnih, političkih a posebno kulturnih odnosa, uključujući i one „virtualne“; ili 2. ako na mikro-razini legitimnim predmetom istraživanja turizma počnemo smatrati vrlo subjektivne stavove izražene u pismima i razglednicama, pjesmama i romanima, privatnim fotografijama, ili usmenom predaju tj. prepričavanj<sup>u</sup> uz kavu kako je bilo na putovanju.

To je dakle moje kratko opravdanje za bavljenje sociologijom turizma. Ova skripta ne nudi nikakva gotova rješenja, ona nikako ne želi biti priručnik za samo-pomoć; nju prije treba shvatiti kao „uputu za daljnje čitanje“, i eventualno za užitek u novim putovanjima. Danas kada nam je putem interneta dostupan golem fond podataka, članaka, knjiga (i za tu svrhu toplo preporučujem nezaobilazne izvore: [gigapedia.org](http://gigapedia.org); [books.google.com](http://books.google.com); [www.archive.org](http://www.archive.org)), ona u izvjesnom smislu svjesno pokušava narušiti stari obrazac poduke, ali kako ipak treba biti udžbenik, nisam smio zanemariti tu njezinu osnovnu funkciju. Stoga je kombinacija hrestomatije i udžbeničkih „recepata“ (za sada uglavnom u obliku tiskanih slajdova), kompromis između te dvije gotovo suprotstavljene namjere.

Premda je format skripte po sebi zastario (jer ga danas s pravom nadomještaju kompjutorski programi – kod nas primjerice Moodle ili Omega), nadam se da će njezin provizorni tiskani okvir i ta kombinacija sadržaja ipak s vremenom donijeti dobre pedagoške a možda i teorijske rezultate.

Ostalim skepticima mogu preporučiti starije udžbenike sociologije turizma poput onih Božene Horvat (na čijim se prijevodima zahvaljujem), Vlatka Jadrešića, Marka Štifanića, Aleksandra Todorovića, Sime Elakovića, Božene Jokić i drugih.

U Zagrebu, 23. ožujka 2009.