

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Katja Mežnar

Odgovorni turizem in globalizacija

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

**UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE**

Katja Mežnar

**Mentor: izr. prof. dr. Matej Makarovič
Somentor: izr. prof. dr. Marjan Hočevar**

Odgovorni turizem in globalizacija

Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

Zahvaljujem se mentorju izrednemu profesorju dr. Mateju Makaroviču in somentorju izrednemu profesorju dr. Marjanu Hočvarju za pomoč in usmeritve pri izdelavi diplomske naloge.

Odgovorni turizem in globalizacija

Turizem je ena izmed največjih globalnih industrij in je kot takšen neločljivo povezan z globalizacijo. Oba imata tako pozitivne kot negativne posledice na naravno in družbeno okolje. Kot posledica njunih negativnih vplivov se v zadnjem času pojavljajo pozivi k bolj odgovornim oblikam turizma, ki naj bi temeljile na ideji trajnostnega razvoja in odgovornosti različnih akterjev v turistični industriji. V diplomskem delu obravnavam odgovorni turizem kot posledico in izraz vzajemnega delovanja procesov globalizacije in individuacije, ki je značilno v današnji družbi. Ugotavljam, da sta ta dva procesa po eni strani ustvarila pogoje, zaradi katerih se je sploh pojavila potreba po odgovornem turizmu, po drugi strani pa bi bil razvoj le-tega brez njunega delovanja otežen. V tem kontekstu obravnavam motive posameznikov za sodelovanje v odgovornem turizmu, nevarnosti napačne interpretacije in aplikacije koncepta odgovornega turizma ter potencialne le-tega za doseganje bolj enakopravnega razvoja in večje kvalitete življenja ljudi z vseh koncev sveta. Na koncu, predvsem na primeru mednarodnih prostovoljnih taborov, ki jih ponuja Zavod Voluntariat, ugotavljam, kakšni so dejanski učinki odgovornega turizma in kako daleč je njegov razvoj.

Ključni pojmi: odgovorni turizem, globalizacija, individuacija, vplivi turizma, turistične motivacije.

Responsible tourism and globalization

Tourism is one of the biggest global industries and as such, it is inseparably connected with globalization. They both have positive as well as negative impacts on natural and social environment. The consequence of their negative impacts are recent calls for more responsible forms of tourism, which are supposed to be based on the idea of sustainable development and on the responsibility of different agents in the tourist industry. In the present paper, I discuss the tourism as a consequence and expression of the reciprocal activity of the processes of globalization and individuation, which is characteristic of today's society. I argue that, on one hand, these two processes have created the conditions under which the need for responsible tourism has appeared in the first place, while on the other hand, the development of the responsible tourism would be aggravated without their activity. In this context, I deal with the individuals' motivations for taking part in the responsible tourism, the risks of incorrect interpretations and applications of the concept of responsible tourism as well as with its potentials for achieving more equal development and higher standard of living for people from all around the world. Finally, mostly on the example of international voluntary camps, that are offered by Zavod Voluntariat, I assess the actual effects of the responsible tourism and its current stage of development.

Keywords: responsible tourism, globalization, individuation, effects of tourism, tourist motivations.

KAZALO VSEBINE

1	UVOD	6
1.1	RELEVANTNOST OBRAVNAVANE TEME.....	6
1.2	ZGRADBA NALOGE.....	7
1.3	METODE.....	9
2	GLOBALIZACIJA	10
2.1	OPREDELITEV GLOBALIZACIJE.....	10
2.2	INDIVIDUACIJA IN GLOBALIZACIJA PO MLINARJU.....	14
3	TURIZEM	21
3.1	OPREDELITEV TURIZMA.....	21
3.2	RAZVOJ TURIZMA.....	23
3.3	MOTIVACIJE IN VEDENJE TURISTOV.....	26
3.4	VPLIV TURIZMA NA OKOLJE IN DRUŽBO.....	32
4	ODGOVORNI TURIZEM	41
4.1	GLOBALIZACIJA IN INDIVIDUACIJA KOT OKOLIŠČINI OZIROMA POGOJA ZA POJAV ODGOVORNEGA TURIZMA.....	41
4.2	POJAV IN RAZLIČNE OBLIKE ODGOVORNEGA TURIZMA.....	46
4.2.1	<i>O ODGOVORNEM TURIZMU V SLOVENIJI</i>	58
4.3	MOTIVACIJE ZA ODGOVORNI TURIZEM.....	62
4.4	PRIČAKOVANJA IN DEJANSKI UČINEK ODGOVORNEGA TURIZMA.....	67
4.4.1	<i>PRIMER ZAVODA VOLUNTARIAT</i>	69
4.4.2	<i>KRITIKA ODGOVORNEGA TURIZMA</i>	76
4.4.3	<i>KAKO DALEČ JE RAZVOJ ODGOVORNEGA TURIZMA?</i>	83
5	SKLEP	86
6	LITERATURA	95
7	PRILOGE	99
	PRILOGA A: KONCEPT VZORCEV POTOVALNE KARIERE PO PEARCEU.....	99
	PRILOGA B: PSIHOCENTRIKI IN ALOCENTRIKI PO PLOGU.....	100
	PRILOGA C: DRUŽBENI IN KULTURNI VPLIVI TURIZMA PO HUDMANU IN HAWKINSU.....	101

1 UVOD

1.1 RELEVANTNOST OBRAVNAVANE TEME

Pojem globalizacije nas danes spremlja že praktično na vsakem koraku. Jasno je, da je svet vedno bolj povezan, da je življenje ljudi na enem koncu sveta odvisno tudi od dejanj posameznikov na drugem koncu in da delovanje ter obnašanje ljudi bistveno vpliva na okolje. Pogosta so opozorila o negativnih vplivih globalizacije, na primer, kako industrializirani svet škoduje in negativno vpliva na prebivalce držav v razvoju ali kako posledice onesnaževanja zraka s strani ljudi iz razvitega sveta občutijo čisto druge skupine ljudi. Posledica tega so mnogi pozivi k zmanjšanju negativnih vplivov posameznikov na okolje ali na dobrobit ostalih ljudi ter debate o tem, kako le-to doseči.

Turizem je ena izmed največjih in najhitreje rastočih globalnih industrij. Medtem ko je bilo leta 1995 zabeleženih 536 milijonov mednarodnih prihodov, je to število do leta 2007 naraslo na 908 milijonov. (UNWTO 2009) Samo od januarja do aprila 2007 je bil porast 6-odstoten, kar pomeni 15 milijonov prihodov več kot v istem obdobju leta 2006. (WTO 2007) Čeprav od sredine leta 2008 stopnja rasti upada (predvsem zaradi problemov, s katerimi se srečuje svetovna ekonomija) in je bila tako za leto 2008 zabeležena le 2-odstotna rast, je število mednarodnih prihodov naraslo na 924 milijonov. (WTO 2009) Turizem je torej v zadnjih dveh desetletjih drastično narasel in čeprav se v zadnjem letu ta trend upočasnjuje, ni dvoma, da predstavlja ogromno globalno industrijo, ki si zasluži posebno pozornost.

Kot takšen turizem bistveno vpliva na okolje in življenja posameznikov z vseh koncev sveta, in sicer tako pozitivno kot tudi negativno. Gre namreč za ogromno maso ljudi, ki se premika po planetu, pri tem pa porablja velike količine naravnih virov ter energije in hkrati zagotavlja dobiček in zaposlitev določenim posameznikom. Ekološki, družbeni in ekonomski vplivi turizma so opazni vse od lokalnih nivojev do globalnega. (United Nations Environment Programme)

V zadnjih nekaj desetletjih je tudi na področju turizma moč opaziti vedno pogostejša opozorila glede njegovih negativnih vplivov in pozive k bolj odgovornemu in trajnostnemu turizmu. (glej npr. United Nations Environment Programme; The International Centre for Responsible Tourism; Partnership for Global Tourism Sustainable Criteria) Znotraj industrije se pojavljajo vedno nove, alternativne oblike turizma, med njimi tudi takšne, ki jih lahko pojmuje kot odgovorne do družbe in okolja. Gre na primer za ekoturizem, turizem v kombinaciji s prostovoljnim delom, turizem za pomoč revnim (pro-poor tourism), skupnostni turizem (community managed tourism) itd. Te oblike turizma so tudi posledica globalizacije, hkrati pa takšen razvoj in rast turizma prispevata k nadaljnemu stopnjevanju globalizacijskih procesov.

Lahko torej rečemo, da je turizem eden izmed bistvenih elementov današnje globalne družbe. Ker pa se, kot rečeno, v prav tej družbi v veliki meri poudarja negativne vplive procesov globalizacije in s tem tudi industrij, kot je turizem, je torej tudi obravnavanje odgovornih oblik turizma – torej tistih oblik, pri katerih se upošteva tudi negativen vpliv turizma – še kako relevantno.

1.2 ZGRADBA NALOGE

V prvem poglavju diplomskega dela se najprej posvečam konceptu globalizacije. V začetku poskušam opredeliti sam pojem, in sicer s pomočjo definicij različnih avtorjev in z opredelitvijo konceptov, ki so bistveno povezani s pojmom globalizacije. Ugotavljam, da ima globalizacija dve plati in da jo zato ljudje zelo različno vrednotijo. Poleg tega predstavljam tudi zgodovino oziroma potek razvoja procesa globalizacije. Nazadnje pa se posvečam globalizaciji, kot jo razume sociolog Zdravko Mlinar. V njegovi teoriji, ki jo predstavlja v delu *Individuacija in globalizacija v prostoru* (1994), poudarja, da v današnjem razvoju sveta in pri spremembah, ki smo jim priča v zadnjih desetletjih, poleg procesa globalizacije igra bistveno vlogo tudi proces individuacije. Razmerje med tema dvema procesoma namreč vodi preko diverzifikacije družbenih praks do redefiniranega razmerja med različnimi družbenimi strukturami. Predstavljam nekatere njegove glavne ideje, ki so uporabne tudi pri obravnavi turizma.

V naslednjem poglavju obravnavam turizem. Najprej opredelim pojem turizma in različne druge pojme, ki so aktualni pri obravnavi le-tega. Nato predstavim razvoj turizma skozi zgodovino, od antičnega obdobja do danes. V nadaljevanju pa se posvetim motivacijam posameznikov za turizem. Če namreč želimo razumeti pojav odgovornega turizma, se moramo posvetiti obravnavi vedenja turistov, se pravi človeške dimenzije turističnega sistema. Pri tem igrajo pomembno vlogo različne družboslovne discipline, tudi sociologija. Vedenje turistov namreč odseva značilnosti družbe, iz katerih prihajajo, in vpliva na družbe, ki jih obiskujejo. S pomočjo različnih teorij in raziskav v okviru sociologije, pa tudi psihologije in antropologije, lažje razumemo, zakaj se posamezniki odločijo, da bodo postali turisti. (Holden 2006) Tako z namenom ugotavljanja, kaj motivira različne posameznike, da se odločijo za potovanje, povzemam nekaj teorij različnih avtorjev, med drugim Pearcev pristop vzorca potovalne kariere, Plogovo kategoriziranje turistov na psiho- in alocentrike ter ugotovitve glede glavnih turističnih motivov, ki temeljijo na Maslowovi hierarhiji človeških potreb. Nazadnje obravnavam različne vplive turizma, tako negativne kot pozitivne, in sicer od ekonomskih do družbeno-kulturnih in okoljskih.

Nato se posvečam odgovornemu turizmu. Najprej poskušam izpeljati povezavo med pojavom odgovornega turizma in procesoma globalizacije in individuacije. Ugotavljam, ali ta dva procesa predstavljata okoliščine, zaradi katerih se odgovorni turizem sploh lahko razvija, in ali je odgovorni turizem hkrati izraz delovanja teh dveh procesov. V nadaljevanju bolj podrobno opredeljujem koncept odgovornega turizma in različne oblike, v katerih se pojavlja. Na kratko ugotavljam tudi, kakšna je stopnja razvoja odgovornega turizma v Sloveniji. Nato želim ugotoviti, kaj prispeva k temu, da se določen posameznik odloči za bolj odgovorne oblike turizma, se pravi, kaj ga za to motivira. Ugotavljam, da razlog za večjo motivacijo za odgovorni turizem leži v procesu individuacije, poleg tega pa k temu prispevajo posameznikovo dožemanje okolja, njegova izobrazba in pretekle izkušnje s potovanji. Nazadnje, predvsem na primeru Zavoda Voluntariat, ugotavljam, do kakšnega razkoraka pride med pričakovanji, ki jih imajo posamezniki glede odgovornih potovanj oziroma počitnic, in realnimi učinki le-teh. V tem kontekstu se posvečam tudi kritiki odgovornega turizma ter ugotavljam, v kolikšni meri je odgovorni turizem dandanes razvit.

Z diplomskim delom želim predvsem ugotoviti, ali držijo naslednje ideje:

1. Pojav odgovornega turizma je posledica delovanja procesov globalizacije in individuacije. Iz razmerja med tema dvema procesoma izhajajo pogoji za pojav odgovornega turizma in motivacije ljudi za odgovorni turizem.
2. Obstajajo bistvene razlike znotraj odgovornega turizma, na primer razlike med pričakovanji udeležencev, razlike v organizaciji, razlike v namenu itd.
3. Obstaja razkorak med pričakovanji posameznikov glede odgovornih potovanj oziroma počitnic in dejanskim potekom ter rezultati le-teh.

1.3 METODE

Diplomsko delo v osnovi temelji na analizi sekundarnih virov, torej literature na temo globalizacije, turizma in odgovornega turizma. Nekatere ugotovitve so izpeljane tudi iz obravnave spletnih strani ponudnikov ali zagovornikov odgovornih turističnih storitev ter iz priročnikov, namenjenih odgovornim turistom. Poleg tega sem analizirala neobjavljene podatke, ki jih je zbral Zavod Voluntariat z namenom evalvacije izkušenj prostovoljcev, ki so se v letu 2008 prijavili na mednarodne prostovoljne taborne. Podatke so zbrali s pomočjo vprašalnika, ki je vseboval vprašanja zaprtega in odprtega tipa. Poslali so ga prek e-pošte vsem prostovoljcem, ki so se v letu 2008 prijavili na taborne. Analizirala sem le odgovore na vprašanja, ki so bila relevantna za temo, obravnavano v tem diplomskem delu

Zaradi pomanjkanja statističnih podatkov glede odgovornega turizma sem nekatere informacije pridobila tudi z metodo intervjuja. Opravila sem osebni, manj strukturiran intervju z Urško Hartman, v. d. direktorja Zavoda Voluntariat, in popolnoma strukturiran intervju, posredovan prek e-pošte, z Janezom Pergarjem, predsednikom upravnega odbora podjetja Kompas d.d. Poleg tega pa sem se udeležila tudi predstavitve izkušenj prostovoljcev, ki jo je organiziral Zavod Voluntariat 23. septembra 2009 v Centru Evropa v Ljubljani. Na predstavitvi so sodelovali trije prostovoljci, ki so govorili o lastnih izkušnjah z mednarodnimi prostovoljnimi tabori in so bili pripravljene odgovoriti tudi na nekatera moja vprašanja.

2 GLOBALIZACIJA

2.1 OPREDELITEV GLOBALIZACIJE

Ker je govor o globalizaciji postal pogost in moderen šele v nekaj zadnjih desetletjih, se zdi, kot da gre za popolnoma nov proces. Vendar pa globalizacija ima svojo zgodovino, le da glede začetkov le-te obstajajo določena nestrinjanja. Nekateri avtorji njene začetke umeščajo že v obdobje okoli leta 1500, v čas kolonizacije. (Svetličič 2004) Drugi menijo, da se je začela v 19. stoletju in predstavlja nadaljevanje liberalizacije moderne trgovine. (npr. Svetličič 2004) Nekateri pa postavljajo začetek debat o globalizaciji šele v čas okoli leta 1989, torej v čas velikih političnih premikov, povezanih s padcem komunizma, koncem hladne vojne in koncem »obdobja treh svetov«,¹ v čas odstranjevanja političnih meja, s katerim je prišlo do bolj prostega pretoka ljudi, kapitala, blaga in idej. (npr. Bajuk Senčar 2005)

Na splošno se je vsebina globalizacije v različnih obdobjih spreminjala. Pretokom blaga je sledila migracija delovne sile, nato pa še pretok kapitala ter znanja. Do resničnega razmaha mednarodnih ekonomskih odnosov je prišlo šele v zadnjem desetletju. Globalizacija se je okrepila količinsko, torej po obsegu, pa tudi in predvsem kakovostno, po globini, in se dogaja s takšno hitrostjo in dosegom, da lahko govorimo o resnični globalizaciji svetovnega gospodarstva. (Svetličič 2004) Ne glede na to, v kateri čas postavimo začetke globalizacije, pa lahko le s težavo nasprotujemo trditvam, da je v zadnjih nekaj desetletjih prišlo do bistvenih sprememb v globalnih družbenih odnosih in organizaciji različnih ravni svetovne družbe.

Danes se pojem globalizacije v javnem prostoru nahaja na vsakem koraku. Čeprav je globalizacija zelo moden in pogosto uporabljan pojem, naletimo pri njegovi definiciji na nemalo težav. Definicij je ogromno, vendar pa se med seboj pogosto bistveno razlikujejo. Pogoste so zelo ohlapne definicije ali pa zelo ozke, mnogo pa se jih osredotoča le na ekonomske vidike globalizacije. Že sama stališča o globalizaciji so zelo raznolika – od mnenj o ogromnih koristih, ki jih globalizacija prinaša, na eni strani, do neskončnih kritik

¹ Po Michaelu Denningu, ki je tako poimenoval geopolitično stanje v času hladne vojne in delitev sveta na prvi drugi in tretji svet. (v Bajuk Senčar 2005)

globalizacije in idej, da globalizacija sploh ne obstaja, na drugi strani. (Bajuk Senčar 2005; Svetličič 2004)

Eden izmed prvih avtorjev, ki se je ukvarjal z globalizacijo, je bil Marshal McLuhan, ki je leta 1964 svet opisal kot »globalno vas«. Ugotavljal je, da je preoblikovanje sveta posledica razvoja tehnologije komunikacije, ki je omogočil odnose med posamezniki in družbami, ki so fizično oddaljeni eden od drugega. (v Bajuk Senčar 2005, 15)

Tudi Rizman je ugotavljal priložnosti za povezovanje različnih koncev sveta, ki jih prinaša globalizacija. Le-to je definiral kot »intenzifikacijo svetovnih družbenih procesov, ki povezujejo med seboj tudi najbolj oddaljene kraje na našem planetu«. (v Svetličič 2004, 19)

Pojem časovno-prostorskega zgoščevanja, ki je ena izmed najbolj poudarjenih značilnosti globalizacije, je skoval David Harvey. Dejal je, da je ta pojav posledica razvoja tehnologije komunikacij in transporta, ki je omogočil razvoj kapitalizma do stopnje, ko čas in prostor ne predstavljata več omejitve kapitalistične produkcije. (v Bajuk Senčar 2005, 15)

Bistvena sprememba, ki jo prinaša globalizacija, je torej čezmejno kroženje. Bajuk Senčarjeva le-to razume kot glavno značilnost globalizacije, »pa naj gre za tokove kapitala, blaga, tehnologije, znanja, ljudi, medijskih podob ali idej«. (2005, 16) Vendar opozarja, da so vsi ti tokovi v realnosti prepleteni in težko ločljivi. (Bajuk Senčar 2005)

Svetličič pa povzema definicije globalizacije s sociološkega vidika. Ugotavlja, da globalizacija pomeni »homogenizacijo kulture (enakost svetovnih standardov), proizvodov, načina življenja, ... [pomeni] skupnost idej (mnenje politične znanosti), standardizacijo navad in kot posledico tudi razpršitev družbenega nadzora pri upravljanju organizacij. ... Skratka, pomeni ogrožanje tradicionalnih lokalnih identitet, razlik. Priča smo vzporednima procesoma integracije in dezintegracije, fragmentacije in agregacije, centralizacije in decentralizacije«. (2004, 20)

Mlinar navaja Robertsonovo razumevanje globalizacije, in sicer kot »obliko institucionalizacije dvojnega procesa, ki vključuje *univerzalizacijo partikularizma in*

partikularizacijo univerzalizma,« kar pa se navezuje tudi na »napetost med kulturno homogenizacijo in kulturno heterogenizacijo«. (v Mlinar 1994, 24) Mlinar sam razume globalizacijo kot najvišjo stopnjo podružabljanja. Pravi: »Svetovna družba ne nastaja (le) kot skupek nacionalnih držav, temveč kot omrežje (omrežij) vse bolj raznovrstnih in osamosvojenih dejavnikov, ki se izločajo iz okolja, ki so ga v preteklosti sprejemali kot nekakšno vnaprejšnjo danost.« (1994, 13)

Obstaja torej množica različnih definicij globalizacije, zato so različni tudi pristopi k ocenjevanju posledic le-te. Kindelberger te različne pristope razvršča v tri skupine. Loči med hiperglobalisti, ki menijo, da razvoj sveta vodi v eno ekonomsko, politično in družbeno enoto; skeptiki, ki verjamejo v obstanek nacionalne države in menijo, da je globalizacija le izmišljotina; ter preoblikovalci, katere zanimajo gonilne sile in vplivi globalizacije. (v Svetličič 2004)

Bajuk Senčarjeva pristope k globalizaciji deli v dve skupini glede na njihovo razumevanje vpliva globalizacije na kulturo. V prvi skupini so tisti, ki menijo, da globalizacija povzroča kulturno homogenizacijo. Ti teoretiki menijo, da današnja svetovna razporeditev moči in odpiranje meja ter vedno večji stiki med posameznimi kulturami povzročajo prevlado nekaterih kultur (najpogosteje Zahodne) nad drugimi, kar vodi do manjšanja različnosti med kulturami, do izgube identitete določenih kultur in do izginjanja nekaterih drugih. Na drugi strani so teorije o kulturni heterogenizaciji. Ti teoretiki opozarjajo, da za globalizacijo značilne medkulturne povezave in tokovi lahko predstavljajo grožnjo kulturni identiteti. Posledica takšne grožnje je pogosto okrepitev točno določene kulturne identitete, kar pa lahko v najbolj skrajnem primeru vodi do nacionalističnega ali kulturnega ekstremizma. Nobena od skupin, ki zavzemata različna stališča, torej ni optimistična glede prihodnosti kultur v času globalizacije.² (Bajuk Senčar 2005)

Vendar globalizacija vsekakor prinaša nekaj pozitivnih sprememb, ki se nanašajo predvsem na možnost čezmejnega kroženja. Z ekonomskega vidika nove tehnologije omogočajo hiter in bolj ali manj neoviran pretok kapitala prek državnih meja, kar vodi do medsebojne odvisnosti različnih ekonomij sveta. Množični mediji in nove oblike

² Takšne kritike globalizacije sovpadajo z očitki, ki se nanašajo na vpliv turizma na kulture družb gostiteljic. Več o tem v poglavju 3.4.

komunikacije pa posameznikom omogočajo razvijanje novih skupnosti, ki temeljijo na neosebnih stikih in so časovno in prostorsko neomejene. Poleg tega prihaja do globalnega pretoka idej, ki je posledica razvoja množičnih medijev in komunikacijske tehnologije. Zelo pomembne pa so tudi vedno manjše omejitve kroženja ljudi. Zaradi globalizacije oziroma razvoja transporta, ki je danes dosegljiv, hiter in udoben, kot še nikoli, ima vedno več ljudi priložnost prostovoljnega kroženja po svetu. K temu prispeva tudi dejanska odsotnost omejitev za potovanje, čeprav le-ta velja predvsem za prebivalce razvitih držav. (Bajuk Senčar 2005) Vseeno se manjše omejitve za kroženje ljudi na globalni ravni očitno kažejo v porastu turistične industrije v zadnjih desetletjih.

Nasproti medsebojnim povezavam in kroženju pa stoji dominacija kot najpogostejša kritika globalizacije. Kritiki opozarjajo, da se globalizacija razvija na asimetričen način, kar določenim državam omogoča, da izkoriščajo druge, manj razvite države. Do izkoriščanja prihaja s prevlado razvitih držav na svetovnem trgu, prek institucij, ki naj bi ščitile manj razvite države (kot so na primer Svetovna banka, Svetovna trgovinska organizacija, Mednarodni denarni sklad ...), v resnici pa ustvarjajo pogoje za ohranjanje nerazvitosti teh držav, prek globalnega trga delovne sile, na katerem se izkorišča delavce iz manj razvitih držav, prek širjenja blagovnih znamk, ki izpodrivajo domače izdelke, ter prek medijskih podob, ki so v veliki meri proizvedene s strani razvitih držav. (Bajuk Senčar 2005) Kot sredstvo za dominacijo, neenakomeren razvoj in izkoriščanje manj razvitih držav je pogosto obravnavan tudi turizem.³ Poleg tega pa kritiki opozarjajo tudi na dejstvo, da globalizacija ustvarja nove družbene neenakosti, in sicer med tistimi, ki so mobilni in med seboj povezani na svetovni ravni, in tistimi, ki to niso. (Bajuk Senčar 2005) Nekateri teoretiki še posebej izpostavljajo problem kulturnega imperializma. Gre za kulturno prevlado nad določenim prebivalstvom (najpogosteje nad svetovno periferijo) in manipuliranje z njimi, in sicer prek množičnih medijev. Takšen kulturni imperializem naj bi prispeval k izgubljanju avtonomije in individualnosti posameznika in hkrati težil k čim večji atomizaciji. (Mlinar 1994)

Globalizacija ima torej dve plati, negativno in pozitivno, vendar, kot pravi Svetličič, globalizacija ni igra ničelne vsote. Ni res, da eni dobivajo to, kar drugi izgubljajo. Z razvojem globalizacije se hkrati večjajo tudi prednosti za posameznike, tako lahko

³ Več o tem v poglavju 3.4, poglavju o vplivu turizma na okolje in družbo.

govorimo o svetu pozitivne vsote. Vendar pa to ne pomeni, da dobivajo od globalizacije vsi posamezniki in države enako. Za nekatere je bolj koristna kot za druge. Poleg tega globalizacija ni koristna za vsakega posameznika. Kolikšne so pozitivne posledice globalizacije, je torej odvisno od zornega kota, s katerega jih ocenjujemo – z vidika posameznika so koristi drugačne kot z vidika podjetja ali države. Poleg tega so koristi kratkoročno precej drugačne in manj obsežne od dolgoročnih koristi globalizacije. (Svetličič 2004)

Da bi od globalizacije vsi odnesli čim več, bi bilo torej treba minimalizirati stroške globalizacije in hkrati maksimizirati njene koristi. Torej poskrbeti, da bi bila globalizacija dolgoročno koristna tako za posameznike kot za države, ob hkratnih čim manjših kratkoročnih stroških prilagajanja. Čeprav je to zelo zahtevna naloga, bi se s pravimi strategijami lahko doseglo prevlado pozitivnih učinkov globalizacije nad negativnim. (Svetličič 2004, 162) Eden izmed takšnih načinov maksimiziranja koristi in minimaliziranja stroškov, ki jih prinaša globalizacija, je lahko ravno odgovorni turizem, podrobneje obravnavan v nadaljevanju.

2.2 INDIVIDUACIJA IN GLOBALIZACIJA PO MLINARJU

V svojem delu *Individuacija in globalizacija v prostoru* (1994) si Mlinar za izhodišče obravnave individuacije in globalizacije vzame družbo v okvirih nacionalne države. Spremlja dva procesa, in sicer nadnacionalno ter mednarodno povezovanje in homogenizacijo, katerih posledica je globalna družba v svetovnem merilu, na eni strani ter osamosvajanje in diverzifikacijo posameznih delov družbe ter individuacijo skupin in posameznikov na drugi strani. Ugotavlja, da sta ta dva procesa, globalizacija in individuacija, bistveno povezana – če se ustavi eden, se ustavi tudi drugi. (1994, 12–13)

Globalizacija pomeni podružabljanje, nadnacionalno, mednarodno povezovanje v omrežja in posledično homogenizacijo. Medsebojna odvisnost je vedno večja, vedno bolj intenzivna in se dogaja v vedno širših prostorskih okvirih. Dejavnost posameznika na enem koncu sveta ima danes lahko posledice na lokalni, regionalni, nacionalni ali

globalni ravni.⁴ Občutljivost za razlike, ki se pojavljajo v svetovnem merilu, je vedno večja, razlike pa so podlaga za komplementarna in kompetitivna medsebojna razmerja. Posledica povečevanja medsebojne odvisnosti v svetovnem merilu ter prostorskega in časovnega zgoščevanja je to, da problemov ne moremo več reševati s prostorskim umikanjem (ne moremo na primer pobegniti pred onesnaženim zrakom, kislim dežjem ...). Po drugi strani pa globalizacija lahko pomeni tudi sistem svetovne dominacije – dominacije metropolitanskega jedra nad svetovno periferijo, ki temelji na logiki igre z ničelno vsoto. Hkrati prihaja tudi do svetovne homogenizacije. Danes je značilno širjenje univerzalnih standardov, medtem ko so bile v preteklosti manjše teritorialne enote precej homogene in med seboj različne ter izključujoče se. Današnja uniformnost je vzrok in posledica neovirane mobilnosti dobrin, ljudi in idej na globalni ravni.⁵ Globalizacija pomeni tudi »prerazporeditev (dostopnost do) raznovrstnosti sveta«. (Mlinar 1994, 27–28) Večji ko je delež celotne svetovne raznovrstnosti, ki je prisoten ali dostopen znotraj določene manjše teritorialne enote, bolj globalizirana je le-ta. V idealno tipski situaciji popolnoma globaliziranega svet bi se ves svet pojavljal v vsakem kraju, hkrati pa bi vsak kraj lahko našli vsepovsod po svetu.⁶ Poleg poenotenja s prostorskega vidika pa je za globalizacijo značilno tudi »preseganje časovne diskontinuitete«. (Mlinar 1994, 28–29) Možnosti asinhronega komuniciranja so vedno večje in posameznik ni več izključen iz globalnega sistema zaradi časovnih neskladij. Po drugi strani pa se globalni tokovi lahko povečujejo le ob vedno bolj natančnem časovnem usklajevanju delovanja na različnih krajih. (Mlinar 1994, 24–29)

Nasproti in hkrati s procesom globalizacije, deluje proces individualizacije. Individualizacija oziroma individualizacija posameznika pomeni njegovo težnjo po različnosti, drugačnosti, edinstvenosti v lastnem prostorskem in časovnem kontekstu. Pomeni pa tudi njegovo osamosvajanje v odnosu do drugih v ožjem in širšem okolju. Gre torej za avtonomijo in

⁴ Ker se ljudje zavedajo vedno večje medsebojne odvisnosti in ugotavljajo, da so problemi 'drugih' vedno bolj tudi njihovi problemi, prevzemajo vedno večjo odgovornost za svoja dejanja ne samo v domačem okolju, ampak tudi v tujini. Odgovorno vedenje v okviru turizma je očiten pokazatelj takšnega zavedanja.

⁵ Čeprav lahko uniformnost in standardizacija predvsem v kombinaciji s težnjo po dominaciji predstavljata najslabše, kar nam prinaša proces globalizacije, pa je hkrati potrebno upoštevati tudi dejstvo, da je ravno zaradi svetovne homogenizacije širjenje pozitivnih sprememb na različnih področjih preprostejše. Kot na primer ugotavlja mag. Piciga (glej poglavje 4.2.1) gredo globalni trendi v smeri razvoja okolju prijaznega turizma – ekoturizem postaja standard na globalni ravni in čeprav to kaže na večanje svetovne homogenizacije, težko trdimo, da gre za slab, negativen pojav.

⁶ Ta ideja je za turistično industrijo seveda izjemno neprivlačna. Kot je znano, turisti vedno znova zahtevajo nove, drugačne atrakcije, kar bi jim bilo v zgoraj opisanem idealno tipskem svetu nemogoče ponuditi. Vendar, kot je razvidno iz nadaljevanja tega poglavja, nevarnosti, da bi prišlo do takšne situacije zaenkrat še ni.

razločljivost posameznika. Vendar pa Mlinar obravnava individuacijo tudi na kolektivni ravni. Pri tem opozarja, da lahko individuacija skupine prispeva do določene mere tudi k individuaciji posameznika, vendar pa se kasneje ta vpliv konča. Stopnja individuacije je tem manjša, čim bolj je posameznik vnaprej določen na podlagi porekla in značilnosti prejšnje generacije in čim nižja je stopnja medgeneracijske, prostorske in družbene mobilnosti.⁷ Individuacija pomeni tudi vedno manjšo določenost s strani teritorialne pripadnosti. Bolj ko lahko posameznika pojasnimo v okvirih njegovega geografskega okolja, manjša je njegova individualna avtonomija. Zaradi časovne in prostorske zgotovitve, ki je značilna za današnji čas, posamezniki stopajo v odnose medsebojne odvisnosti z vedno večjim številom posameznikov v vedno širšem okolju, s čimer pa se hkrati zmanjšuje odvisnost posameznika od vsakega drugega akterja, s katerim je v odnosu. Zaradi družbeno-prostorskega prestrukturiranja in vse večje fleksibilnosti so »časovno-prostorske« poti posameznikov vedno bolj raznovrstne. Bolj individualizirani posamezniki se v določeni časovni enoti gibljejo po vedno širšem prostorskem okviru, poleg tega pa je tudi raznovrstnost vedno bolj individualiziranih ritmov gibanja v času in prostoru vedno večja, kar velja predvsem za višje družbene sloje in v bolj razvitih državah.⁸ Ker so možnosti za čim bolj edinstven vzorec časovno-prostorske poti posameznika dane takrat, ko le-ta sega v globalni prostor, najvišja stopnja individuacije pomeni tudi najvišjo globalno integracijo. Individuacija pomeni tudi večji nadzor določenega subjekta nad vplivi iz okolja, in sicer z uveljavljanjem lastne identitete in avtonomije, torej z uveljavljanjem določenih meril selektivnosti v odnosu do okolja. Pri tem je pomembno, da ni večja izolacija tista, ki pomeni večjo individuacijo, temveč je to večja selektivnost. Danes je posameznikova identiteta vse bolj odvisna od varovalnih mehanizmov, ki jo branijo pred naključnimi vplivi iz okolja urbanizirane in tehnološko razvite družbe.⁹ Individuacija pa pomeni tudi vedno večjo avtentičnost izražanja identitete. Manj individualizirani posamezniki uveljavljajo svojo identiteto prek različnih

⁷ Bolj ko ljudje potujejo, večja je stopnja prostorske mobilnosti družbe, hkrati pa na potovanjih prihaja do stika različnih kultur, se pravi do vpliva na posameznike, ki predstavlja alternativo vplivu porekla in prejšnjih generacij (več o tem v nadaljevanju poglavja). To pomeni, da je stopnja individuacije pri posameznikih, ki potujejo, večja.

⁸ Kljub temu da turizem danes predstavlja globalen pojav, je očitno, da imajo večje možnosti za sodelovanje v turizmu ljudje iz razvitih držav. Predvsem zaradi višjih finančnih sredstev si le-ti lažje privoščijo različna potovanja in so tako njihove »časovno-prostorske poti« precej bolj razgibane, kot v primeru ljudi iz držav v razvoju.

⁹ Ta razsežnost individuacije ima pomembne implikacije pri vprašanju vpliva turizma na kulturno identiteto gostiteljske skupnosti. Le-ta se pred vplivi moderne družbe, ki jih prinaša turizem, ne sme braniti z izolacijo, če se želi razvijati v smeri bolj individualizirane družbe, temveč mora do takšnih vplivov uveljavljati lastno selektivnost. Več o tem v nadaljevanju – glej npr. poglavje 3.4 in 4.4.2.

posrednikov in predstavnikov, kar pomeni, da je ne uveljavljajo v svoji avtentični, celoviti obliki. (Mlinar 1994, 18–24)

Mlinar ugotavlja, da je odnos med posameznikom in družbo, med družbenim delovanjem in družbenimi strukturami, aktiven odnos. Meni, da brez obravnavanja odnosa med posameznikovim delovanjem in različnimi ravnmi družbe kot aktivnega, v današnji informacijski, postmoderna družbi ne moremo razumeti aktualnih vprašanj ter intenzivnih sprememb. (1994, 65) Ponuja hipotetično, a bolj splošno definicijo medsebojnega odnosa med procesoma individuacije in globalizacije: »Individuacija in globalizacija se med seboj pogojujeta, vendar tako, da se na nižjih stopnjah najprej pojavlja močnejša oscilacija njunega izmenično sukcesivnega uveljavljanja enega na račun drugega; postopno pa ta oscilacija konvergira in hkrati to razmerje prehaja od izključnosti k vzajemnosti.« (1994, 30)

Mlinar meni, da v današnji družbi ne moremo govoriti niti o popolni izključenosti niti o popolni komplementarnosti ravni družbe, vendar pa se nakazuje postopno prehajanje od izključenosti k vse večji komplementarnosti oziroma prežemanju ravni. (1994, 75) Razvoj tehnologije in posledično prehajanje k vedno večjemu prežemanju med različnimi ravnmi družbe sta vodila do prostorskega, časovnega, hierarhičnega in sektorskega prestrukturiranja družbe. Družbene strukture postajajo vedno bolj fleksibilne, dokler ne pride do njihovega razkroja oziroma destrukuiranja. Takšen proces je tudi posledica vedno večje različnosti posameznikov ter splošno sprejetih standardov, ki omogočajo pretok znotraj globalnih omrežij. Hkrati torej prihaja do težnje k osamosvajanju in k povezovanju. Vsaka raven družbenega prestrukturiranja tako izraža dinamiko individuacije in globalizacije in vpliva nanjo. (Mlinar 1994, 80)

Proces prežemanja ravni pa hkrati kaže na »preseganje načela teritorialnosti (še zlasti teritorialne hierarhije in teritorialne izključenosti)« (Mlinar 1994, 75) in prispeva k fleksibilnemu oblikovanju večravenskih omrežij, ki izražajo tendenco h »*konvergenca individualnega in globalnega, mikro- in makrodružbene sfere, aktivnosti in struktur*« (Mlinar 1994, 75) v današnji družbi. Prostor je namreč od nekdanj predstavljal bistveno oviro za povezovanje ljudi, danes pa so stroški in čas, ki ju zahteva premagovanje nekega prostora, vedno manjši. Zmanjševanje stroškovne in časovne distance je posledica

napredka tehnologije prometa in komunikacij.¹⁰ Dogaja se torej proces deteritorializacije, ki daje pogoje, da se posameznik zbližuje z globalno družbo na ravni svetovnega sistema. S tem, ko sta prostor in čas nekako »odpravljena«, ne predstavljata več ovire, s čimer so informacije vedno bolj univerzalno dostopne. (Mlinar 1994)

Vendar pa Mlinar ugotavlja, da bolj ko se zmanjšujejo prostorske ovire, bolj se povečuje pomen raznolikosti krajev, in sicer kar se tiče materialnih virov, cene delovne sile, izkušenj ... Nasploh je prostor pogost vzrok za konflikte med različnimi posamezniki ali družbenimi skupinami. Gre namreč za omejeno dobro in v današnjem času se razpoložljive površine vedno bolj zmanjšujejo glede na število prebivalcev, hkrati pa je tudi vedno več restriktivnih ukrepov glede njihove uporabe. Po drugi strani pa proces individuacije zahteva vedno večje potrebe po prostoru, in sicer na ravni posameznika in njegovega uveljavljanja identitete, pa tudi z vidika zaščitne vloge prostora.¹¹ (Mlinar 1994)

Če je bila torej v preteklosti značilna teritorialnost, ki je pomenila alternativno izključenost različnih lokacij v prostoru, danes ni več tako. Po Mlinarju današnja družba prehaja od prostora krajev k prostoru tokov, kar pomeni tudi preseganje teritorialnosti. Družba tokov pomeni ubikviteto – določene ideje se lahko »pojavi vseh«, ne da bi njihova navzočnost ali uporaba na eni lokaciji izključevala navzočnost in uporabo na vseh drugih«. (Mlinar 1994, 102) S tem pa se tudi relativizira pomen lokacije. Prostor tokov pomeni namreč tudi večjo dostopnost (kot posledico izboljšanja tehnologije), večja dostopnost pa daje manjši pomen lokaciji. Vendar Mlinar opozarja, da večja dostopnost še ne vodi neposredno do brisanja razlik med različnimi teritorialnimi enotami. Posledica večje dostopnosti je namreč tudi večja konkurenca (ki razkriva posebne, včasih edinstvene, značilnosti določene lokacije), odziv na le-to pa se kaže v težnji k nadaljnji specializaciji.¹² (Mlinar 1994, 102–103) Tako večja konkurenca »povečuje pestrost

¹⁰ Porast turizma v zadnjih desetletjih je posledica ravno takšnega zgoščevanja – v vedno krajšem času in z vedno manjšimi stroški lahko prepotujemo vedno večje razdalje.

¹¹ Podobno bi lahko rekli tudi v primeru turistične industrije: bolj ko se zmanjšujejo ovire za njeno širitev in tako prihaja v vsak konček sveta, bolj se poudarja pomembnost raznolikosti vsakega kraja. Od tod izhaja tudi želja nekaterih ljudi po ohranjanju različnih gostiteljskih kultur oziroma po razvoju trajnostnih oblik turizma. Po drugi strani pa ljudje z namenom izgradnje svoje identitete potujejo po celem svetu in pogosto se zgodi, da ne le, da posamezniku kraj, od koder prihaja, in kultura, v kateri živi, nista dovolj za samoaktualizacijo in tako želi spoznavati druge kulture, ampak mu tuji kraji in kulture celo predstavljajo pobeg pred lastnim teritorialnim okoljem in kulturo.

¹² Tudi širitev turizma torej prispeva k manjšemu pomenu lokacij in posledično k večji konkurenci in specializaciji v turistični industriji. Vedno več turističnih ponudnikov se tako pri promociji svoje ponudbe,

posameznih prostorskih območij v okviru sicer vse *večje homogenosti* mednarodne izmenjave«. (Mlinar 1994, 103)

Prehajanje iz prostora krajev v prostor tokov se idealno-tipsko izraža v tem, da vse kulture sveta postajajo vedno bolj dostopne in se stekajo v vsaki točki prostora. Tako Mlinar ugotavlja, da so si posamezniki različnih generacij znotraj ene teritorialne skupnosti oziroma naroda bolj različni, kot pa pripadniki iste generacije različnih narodnosti. Vplivi širšega okolja na določeno kulturo in vedno večja raznovrstnost mednarodnih komunikacijskih kanalov slabijo moč inercije lastne kulturne dediščine. Kulturna in teritorialna identiteta slabi iz generacije v generacijo, novi »tujci« kulturni vzorci pa postajajo vedno bolj razširjeni. (Mlinar 1994)

Vendar Mlinar opozarja, da se regionalne kulture sicer zблиžujejo in da je raznovrstnost elementov kulture vedno večja, a nikakor ne moremo govoriti o enakomernem zблиževanju in večanju heterogenosti kulture. Namesto vsestranskega medsebojnega zблиževanja prihaja do močnega prevladovanja enosmernih komunikacij med svetovnimi središči, polperiferijo in periferijo, kar se izraža v neenaki vlogi različnih kultur in prevladi enih kultur nad drugimi. Metropolitansko jedro in periferija se postopoma zблиžujeta, vendar pa gre za odnos podrejanja vplivu jedra in hkrati vključevanje elementov periferije v jedru, s čimer prihaja do preobrazbe samega jedra. To bi sicer lahko pomenilo, da globalizacija vedno manj pomeni uveljavljanje dominacije ene od partikularnosti, in vedno bolj uvaja reprezentativen vzorec raznovrstnosti lokalnih, regionalnih in nacionalnih kultur. Vendar pa Mlinar meni, da je še prezgodaj za takšne zaključke, saj zaenkrat še vedno obstaja nevarnost, da je širjenje metropolitanskega jedra hitrejše kot pa vključevanje specifičnih kultur, kar lahko vodi v izumiranje le-teh.¹³ (Mlinar 1994)

Tako Mlinar zaključuje, da o svetovni homogenizaciji in diverzifikaciji ne moremo govoriti kot o alternativah. Pravi, da »se povečuje tako podobnost med teritorialnimi enotami (ki jim je vse več skupnega) kot tudi raznovrstnost kulturne ... ustvarjalnosti in

namesto značilnosti določene destinacije, poslužuje novih odgovornih in etičnih oblik turizma, se pravi bolj specializiranih oblik turizma, in sicer z namenom sveže ponudbe (ne pa nujno tudi z namenom, da bi dejansko kaj prispevali k bolj odgovornemu razvoju turizma). Glej poglavje 4.2.

¹³ Te Mlinarjeve ugotovitve so povezane z debatami o vplivu turizma na kulturo (glej poglavje 3.4). Na podlagi njegovih trditev lahko rečemo, da je vpliv med turisti in gostitelji sicer dvosmeren, vendar to še ne pomeni, da je hkrati tudi enakopraven.

torej gre za kulturni pluralizem, ki se vse bolj krepi tudi z vzratnimi vplivi ožjih teritorialnih kulturnih sistemov«. (1994, 170) To pa pomeni, da tudi procesa globalizacije ne moremo obravnavati, ne da bi obravnavali proces individuacije in obratno.

Individuacije in globalizacija sta torej procesa z vzajemnimi vplivi in pomenita prežemanje vseh ravni družbe ter preseganje načela teritorialnosti, torej prehajanja od prostora krajev k prostoru tokov. To vodi do prostorskega, časovnega, hierarhičnega in sektorskega prestrukturiranja družbe. Procesu individuacije in globalizacije torej prispevata k prestrukturiranju družbe, hkrati pa spremembe, ki se dogajajo v današnji družbi, krepijo oba procesa.

3 TURIZEM

3.1 OPREDELITEV TURIZMA

Turizem je ena izmed največjih industrij v današnji družbi, v kateri sodeluje množica različnih akterjev, poleg tega pa se turizem pojavlja v različnih oblikah. Gre torej za širok in kompleksen pojem in zato je njegovo enotno definicijo težko opredeliti. Sama beseda turizem izhaja iz francoske besede '*tour*', ki pomeni krožno gibanje ali krožno potovanje. (Jeršič 1990, 11) V 17. stoletju pa je beseda '*turist*' opisovala posameznika, ki se je udeležil t. i. Grand Tour potovanja. (Pearce 2007, 4)

Leta 1942 sta Hunziker in Krapf oblikovala definicijo, ki je bila široko sprejeta in opredeljuje turizem kot »splet odnosov in pojavov, ki nastanejo zaradi potovanja in bivanja tujcev v nekem kraju, kolikor to bivanje ne povzroči stalne naselitve in ni zvezano s pridobitno dejavnostjo«. (v Jeršič 1990, 11) Takšna definicija turizma ima danes seveda precej omejitev. Ne vključuje na primer poslovnih potovanj, ki pogosto vključujejo tudi rekreativne ali kulturne dejavnosti. Vseeno Jeršič na podlagi njune definicije navaja več razsežnosti turizma. Le-ta pomeni potovanje in začasno bivanje v drugem kraju. Vključuje tudi dejavnike, ki vplivajo na možnosti in potrebe ljudi, da potujejo in bivajo v tujem kraju, ter cilje, ki jih želijo turisti uresničiti. Turizem ima tudi mnoge učinke na gospodarski in družbeni razvoj določenih območij, ki so posledica potrošnje turistov, ter učinke na pokrajino. (Jeršič 1990, 11)

Hudman in Hawkins definirata turizem kot »vsoto vseh odnosov, ki izhajajo iz interakcije turistov, poklicev [v turistični industriji], vlad [držav], od koder prihajajo turisti in gostiteljskih vlad ter družb«. (1989, 4) Ta definicija je precej splošna in zahteva nadaljnjo definicijo akterjev v tej interakciji.

Goodwin pa pravi, da je turizem »izkušnja, priložnost za razvoj, sprostitvev in za razvijanje ali za preizkušanje telesa. Za vsakega od nas je edinstvena izkušnja, potovanje odkrivanja, priložnost za razsvetljenje ali preobilnost. Za mnoge od nas je turizem velik izdatek, na katerega čakamo, delamo zanj, investiramo vanj, ga pričakujemo, je naš veliki

nakup leta in pričakujemo, da nas bo izkušnja spremljala skozi preostalo delovno leto.« (2002, 19) S tem poudarja predvsem pomen turizma za posameznega turista, ne pa tudi za vse ostale ljudi, ki so del turistične industrije in na katere turizem vpliva.

Jeršič ugotavlja, da ima turizem lahko širši ali ožji pomen in loči med dvema pomenoma besede turist. V širšem smislu so turisti vsi, »ki potujejo in se začasno mude ali bivajo v drugem kraju svoje ali druge države, ki ni niti kraj njihovega stalnega bivanja ali stanovanja niti kraj dela«. (1990, 11) Pri takšni definiciji je poudarjena začasnost nahajanja v drugem kraju, ne glede na namen posameznika za obisk. V njej so zajete tudi osebe, ki se v kraju nahajajo zaradi občasnih poslovnih dolžnosti ali dodatnega izobraževanja. V ožjem smislu pa so turisti »samo tisti obiskovalci nekega kraja, pri katerih sta rekreacijski in kulturni motiv poglavitna«. (1990, 11)

Obstaja torej več definicij, vendar pa Hudman in Hawkins ugotavljata, da pogosto vsebujejo tri elemente. Govorijo o premikanju med dvema ali več prostoroma (izvorom in destinacijo) na domači ali mednarodni ravni, o določenem namenu turista in o času oziroma začasnosti potovanja – turisti se po obisku določenega kraja vrnejo nazaj, od koder so prišli. (1989, 4–5)

Poleg pojma turizem se pogosto uporablja tudi pojem potovanje. Čeprav nekateri avtorji poskušajo vpeljati razlikovanje med njima – predvsem z določanjem najmanjše razdalje, ki jo mora posameznik prepotovati, da govorimo o potovanju – se pojma pogosteje uporabljata kot sinonima. (Hudman in Hawkins 1989, 4–5) Je pa pogosto uveljavljanje razlik med turisti in popotniki, in sicer predvsem s strani slednjih. Ti poudarjajo, da so »boljši« od turistov in da so njihova alternativa. (Butcher 2003) Pojma turist in turizem lahko še nadalje ločimo, na primer na domače in tuje turiste, na počitniški, izletniški in prehodni turizem, po starosti (mladinski turizem, turizem starejših ljudi), po letnem času, po prevladujočem motivu ... (Jeršič 1990, 12)

Turizem je torej zelo kompleksen pojav, kar je tudi posledica dejstva, da vključuje mnogo posameznikov in skupin z različnimi, pogosto nasprotujočimi si potrebami in cilji, ki jih želijo uresničiti v okviru turizma. V turizmu tako sodelujejo turisti z zelo različnimi željami in potrebami, ki so odvisne od njihovega razpoložljivega časa, denarja, kulturnega ozadja in socialnih značilnosti. Poleg njih je tu cel storitveni sektor oziroma

turistična industrija, ki vsebuje transport, nastanitev, nakupovanje ter različne dejavnosti in zahteva visoko stopnjo organiziranosti. Pomembno vlogo igrajo tudi vlade, tako tistih držav, od koder turisti prihajajo in katerim pomeni turizem pomembno izvozno dejavnost, kot tudi tistih držav, kamor turisti potujejo in s tem uživajo mnoge prednosti turizma, kot so dohodek, delovna mesta ter davčni dohodki. Vsekakor pa je treba upoštevati tudi gostiteljsko družbo oziroma lokalno prebivalstvo, na katero naj bi imel turizem največji učinek. (Hudman in Hawkins 1989)

Pri obravnavi turizma je torej treba upoštevati vse zgoraj naštetih akterje in njihove raznolike želje in potrebe. Pri tem Pearce opozarja na nevarnost homogenizacije pri obravnavi vedenja teh akterjev, predvsem turistov. Čeprav priznava, da je zelo priročno upoštevati nekaj širših značilnosti, ki veljajo za vse turiste, pravi, da nikakor ne smemo pozabiti, da niso vsi turisti enaki, nimajo vsi enakih motivacij in s svojimi potovanji ne povzročajo vsi enakih posledic. (2007, 18–19) S tem svari pred negativno podobo, ki prevladuje v obravnavah turizma in vedenja turistov, predvsem pri obravnavi masovnega turizma, vedno pogosteje pa tudi pri obravnavi novih, odgovornih oblik turizma. (Glej poglavji 4.2 in 4.4.2)

3.2 RAZVOJ TURIZMA

Turizem ima precej dolgo zgodovino, vendar pa so ga skozi celoten razvoj opredeljevale podobne značilnosti. Ena izmed njih je radovednost, ki je ljudi že od nekdaj gnala k iskanju novih krajev, odkrivanju neznanega in raziskovanju novega okolja ter uživanju v novih izkušnjah. Tudi pričakovanje je že od nekdaj igralo bistveno vlogo in zdi se, da je včasih to najpomembnejši del samega potovanja. Gre za pričakovanje, kaj bo posameznik našel in videl na destinaciji, kaj bo lahko počel v novem kraju, kar se vse izraža v količini časa, ki jo posameznik porabi za pripravo na potovanje in planiranje. (Hudman in Hawkins 1989) V današnji globalizirani družbi so radovednost in pričakovanja še bolj stopnjevani, in sicer zaradi tokov informacij in medijskih podob, katerim so posamezniki izpostavljeni. Te podobe o različnih krajih stopnjujejo radovednost posameznikov, hkrati pa so njihova pričakovanja bolj artikulirana, kot so bila lahko v preteklosti. Bistvena, univerzalna značilnost potovanja pa je tudi želja, da pustimo za sabo določene sledi, po tem ko smo obiskali nek nov kraj. V preteklosti se je to kazalo prek grafitov oziroma risb

na stenah jam, ki so jih prazgodovinska ljudstva puščala za seboj, danes pa se ta želja izraža na primer v mnogih zapisih imen in sporočil, ki jih lahko najdemo na različnih turističnih točkah. (Hudman in Hawkins 1989) Nekateri zagovorniki različnih oblik odgovornega turizma danes kritizirajo idejo, da naj bi turisti za sabo pustili kakršne koli sledi, medtem ko drugi menijo, da bi odgovorni turisti za sabo morali pustiti čim več »dobrega«.

Začetki turizma segajo v antično obdobje. V antični Grčiji so ljudje kljub nevarnostim, ki so pretile na poti, in kljub pomanjkanju sredstev potovali iz različnih razlogov – verskih (potovanja k preročiščem), športnih (na olimpijske igre), kulturnih (na glasbene in dramske prireditve) in zdravstvenih (k zdraviliškimi vrelcem) ter zaradi zabave in počitka (na gladiatorske igre ali počitniške hiše ob morju). V rimskem imperiju so potovanja olajševali cestni sistem, enotna valuta ter skupni jezik – latinščina, vendar pa so bila potovanja, razen zaradi trgovine in vojaških razlogov, redka. V srednjem veku je bilo potovanje za zabavo še težje in bolj omejeno in je bilo tako predvsem privilegij višjih slojev, medtem ko so se nižji sloji udeleževali predvsem romanj. Renesansa in humanizem sta pomenila začetek množičnega potovanja premožnejših slojev v tujino. Takrat so se pojavila potovanja z namenom kulturnega izobraževanja in ogledovanja znamenitosti dežel. Tako se je v 17. stoletju razvil t. i. Grand Tour – obdobje, ko je plemstvo potovalo z namenom izobraževanja, kar je potovanje spremenilo v proces, ki vključuje civilizacijo in kultivacijo. Grand Tour je bil značilen predvsem za Anglijo, pa tudi za Francijo, njegov cilj pa sta bili predvsem Italija in Francija. Tu se je kot posledica zahtev bogatih aristokratskih turistov začel močno razvijati gostoljubnostni sektor. V tem obdobju so se pojavili tudi prvi turistični vodiči v obliki knjig. Čeprav obstajajo pisni dokazi o potovanjih v tem obdobju, pa ni nikakršnih dokazov o takratnem vplivu turizma na gostiteljske skupnosti. (Jeršič 1990; Hudman in Hawkins 1989; Holden 2006)

Začetek obdobja sodobnega oziroma modernega turizma sega v leta od 1820 do 1830 in v začetke razvoja turističnih krajev na Azurni obali. Pred prvo svetovno vojno so se razvijala predvsem zdravilišča, počasi pa so naraščala tudi potovanja z namenom ogleda znamenitosti. Turizem je bil predvsem privilegij višjih slojev. Vendar so kmalu večino turistov predstavljali predstavniki srednjega razreda in ne več aristokracija. To je bila posledica industrijske revolucije, ki je bila bistven dejavnik za razvoj masovnega turizma. Urbanizacija in povečana ekonomska produkcija sta povzročili spremembe načina

življenja posameznikov, ki so bili vedno bolj ločeni od narave, in spremembe v organizaciji časa ter razločevanje med delovnim časom in prostim časom. Razvoj prometa in turistične industrije sta bila tudi izjemno pomembna dejavnika razvoja masovnega turizma. V času med obema svetovnima vojnama se je povečal življenjski standard širšemu krogu ljudi, hkrati pa sta se uveljavljala železniški in cestni promet. Delavci so bili vedno bolj deležni krajšega delovnega časa ter plačanega dopusta, s čimer je turizem postajal vedno bolj množičen in demokratiziran pojav. Leta 1841 je Thomas Cook v Angliji ustanovil prvo turistično agencijo in začel organizirati turistična potovanja z vlakom. Sledile so turistične agencije v drugih evropskih mestih, pojav prvih turističnih vodičev, gradnja turističnih objektov za bivanje, hotelov in gostiln, namenjenih turistom. Ljudje so vedno pogosteje poleti počitnikovali v obmorskih krajih. Tako so po drugi svetovni vojni postali potovanja redno deležni pripadniki vseh slojev. Politična stabilnost v Evropi, širjenje trgovine in posledično vedno večja premožnost ljudi so omogočile potovanja vedno večjemu številu ljudi, ki so potovali iz različnih razlogov. Posledica izboljšanih prometnih povezav in novih turističnih motivov (želje po aktivnem preživljanju prostega časa med počitnicami ter po pobegu pred vsakdanom) so bili novi turistični kraji – turisti niso obiskovali več le krajev ob železnici, ampak tudi težje dostopne kraje, primerne za različne aktivnosti, kot so na primer alpske doline in kraji na drugih celinah. Nastajati so začele prave turistične regije, v katerih je igral turizem bistveno gospodarsko in geografsko vlogo, ter vedno številčnejši objekti turistične infrastrukture. (Jeršič 1990; Holden 2006)

Turizem torej vsekakor ni nov pojav. Je pa v dvajsetem stoletju postal množičen pojav, v katerem sodelujejo ljudje vseh slojev in katerih število stalno narašča. Turizem je del globalizacije, kar se izraža v tem, da se turistični trg vedno bolj razvija in širi, saj se pojavljajo zahteve po vedno novih destinacijah in izkušnjah. Pojavljajo se zahteve po vedno širšem prostoru in poudarja se vedno večji pomen raznolikosti krajev. Pojavljajo se tudi t. i. »novi turisti«, katerih želje in potrebe so manj predvidljive od masovnih turistov in bolj raznolike. Ti turisti želijo s svojimi potovanji izražati svojo individualnost in nadzor na lastnimi izkušnjami. Gre torej za vedno bolj individualne, avtonomne posameznike. Hkrati prihaja tudi do diverzifikacije tipov turizma – tako danes pogosto slišimo za ekoturizem, kulturni turizem, alternativni turizem itd. To velja predvsem za razviti svet, čeprav turizem narašča tudi v ostalih delih sveta. (Jeršič 1990; Holden 2006)

Turizem v dvajsetem stoletju je tako tipičen pojav, ki vključuje prepletanje in vzajemno

delovanje procesov globalizacije in individuacije, pojav, ki vključuje tako težnjo sveta po povezovanju kot težnjo posameznikov po osamosvajanju.

3.3 MOTIVACIJE IN VEDENJE TURISTOV

Turisti se na potovanje ali počitnice odpravijo iz različnih razlogov oziroma z različnim namenom. Turistično povpraševanje je torej posledica različnih potreb in motivov ljudi. Ti motivi pomenijo »želje in pričakovanja, ki vzpodbujajo in usmerjajo ravnanje turistov« (Jeršič 1990, 17) tako, da z njim zadovoljujejo svoje potrebe. Z razumevanjem motivov turistov se lažje razlaga njihove navade in temu prilagaja turistične objekte in storitve.

Nekateri avtorji menijo, da turizem nadomešča nekatere tradicionalne kulturne pojave. V modernih družbah naj bi na primer zavzemal enako vlogo, kot so jo v predmodernih družbah tradicionalni obredi, saj potovanje posamezniku pomeni nekaj svetega v primerjavi z njihovim vsakdanjikom, ki predstavlja nekaj profanega. V celotni turistični izkušnji igra bistveno vlogo ravno samo potovanje na destinacijo, kar pomeni, da je osnovna turistična motivacija posameznikov izpolnjevanje njihove potrebe po rekreaciji. (Grabourn v Bajuk Senčar 2005, 35 in v Holden 2006, 146) Sodobno turistično potovanje lahko predstavlja tudi moderno različico svetega potovanja ali romanja. Gre torej za obred prehoda med dvema družbenima stanjema posameznika – oseba se loči od vsakdanjika in družbenih vlog, ki jih v njem igra, ter se kasneje ponovno vključi vanj. (Turner v Bajuk Senčar 2005, 35–36)

Mnogi teoretiki pa turizma ne povezujejo s tradicionalnimi kulturnimi pojavi, ampak ga razumejo kot izrazito moderen pojav. MacCannell recimo razume turizem kot odziv ljudi na moderno družbo, ki povzroča občutke osamljenosti ter odtujenosti. Na potovanjih namreč posamezniki doživljajo avtentične izkušnje, s katerimi kompenzirajo vsakdanjo realnost. Osrednji motiv turista je torej potreba po avtentičnih doživetjih. (v Bajuk Senčar 2005, 36)

Raziskovanje turističnih motivacij je pogosto oprto na logiko push in pull faktorjev. Push faktorji so tisti, ki so sociopsihološki in se jih pogosto razume kot impulz, ki povzroči, da

gre posameznik na potovanje. Gre torej za razloge, ki nas motivirajo za potovanje. Le-te pa dopolnjujejo pull faktorji, ki izhajajo iz same destinacije potovanja. Gre za lastnosti in značilnosti destinacije, ki jo delajo privlačno za turiste. (Hudman in Hawkins 1989) Eden izmed avtorjev, ki je svojo teorijo turističnih motivacij gradil na logiki push in pull faktorjev je Dann. Avtor meni, da se mora posameznik najprej odločiti za potovanje, se pravi, da morajo najprej delovati push faktorji, nato pa šele lahko uspešno delujejo tudi pull faktorji. Njegove raziskave se pokazale, da sta glavna push faktorja anomija in povečanje ega. Glavni motivi za potovanje izhajajo iz stanja anomije in se izražajo kot želja po družbeni interakciji in kot iskanje smisla. Drugi koncept, povečanje ega, pa je osnovan na posameznikovi potrebi po družbenem priznanju. Potovanje daje posamezniku priložnost, da se za določen čas postavi v novo vlogo in s tem ublaži pomanjkanje priznavanja statusa s strani družbe, ki je značilno za njegov vsakdan. Lahko bi torej rekli, da sta glavna turistična motiva eskapizem in iskanje družbenega statusa. (v Holden 2006, 47)

Tudi drugi avtorji (npr. Kaspar v Jeršič 1990 ali Hudman in Hawkins 1989) navajajo eskapizem ter statusne in prestižne motive kot dve izmed glavnih skupin motivov. Eskapizem, tj. sprememba vsakdanjega načina življenja oziroma beg iz običajnega vsakdana, je motiv, ki je pogosto povezan tudi z ostalimi turističnimi motivi in izhaja iz posameznikovega nezadovoljstva z vsakdanjim življenjem, saj danes družba narekuje hiter in stresen tempo življenja.¹⁴ (Jeršič 1990) Ta želja po spremembi se v današnji družbi enači s počitkom, sproščanjem in rekreacijo. Pomembni motivi so torej tudi telesni oziroma fizični motivi, ki izhajajo iz želje po ohranitvi zdravja in zmogljivosti. Ne glede na to, čemu se turisti posvečajo na svojem potovanju – rekreaciji, zdravju, druženju ali uživanju v naravnih in kulturnih znamenitostih kraja – pa je pomembno dejstvo, da se vse to dogaja v kraju oziroma prostoru, ki je drugačen od vsakodnevnega okolja posameznika. Tudi duševni oziroma psihični motivi, ki so posledica želje po duševni sprostitvi oziroma obnovi duševnih moči, so povezani z »begom« iz vsakodnevnega okolja ter z različnimi doživetji (na primer gledanje sončnega zahoda, občudovanje razgleda ...), z zabavo ali z mirnim okoljem. Statusni in prestižni motivi pa so izraz želje

¹⁴ Pojav novih, odgovornih oblik turizma kaže na to, da se posamezniki vedno bolj zavedajo, da zgolj začasni umik iz njihovega vsakdana, iz moderne družbe s katero niso zadovoljni, ni dovolj za odpravljanje vzroka njihovega nezadovoljstva in da lahko turizem celo prispeva k širjenju lastnosti družbe, ki jih zavračajo. Odgovorne oblike turizma pa jim omogočajo, da hkrati z začasno spremembo svojega vsakdana prispevajo tudi k dejanskim spremembam v družbi.

po osebnem razvoju, uveljavljanju ter želje po priznanju, ugledu ter ustvarjanju vtisa na druge ljudi. Tako se nekateri ljudje, ki prihajajo iz vseh slojev, odločajo za naporna, nevarna in posebna potovanja in potujejo v kraje, kamor potuje malo ljudi ali pa ljudje z visokim družbenim statusom. (Hudman in Hawkins 1989; Jeršič 1990) Vedno pogosteje pa se ljudje z namenom osebnega razvoja in pridobivanja priznanja s strani drugih ljudi poslužujejo odgovornih oblik turizma.¹⁵ Statusni motivi pa se izražajo tudi v turizmu, povezanem z izobraževanjem. (Hudman in Hawkins 1989; Jeršič 1990) Tudi potovanje iz poklicnih razlogov je dandanes zelo pogosto. (Hudman in Hawkins 1989) Turistični motivi so lahko tudi medosebni in izhajajo iz potrebe po druženju oziroma stikih z drugimi ljudmi. Turizem sestavljajo mnoge dejavnosti, ki združujejo ljudi s podobnimi interesi in mu s tem omogočajo zadovoljevanje te potrebe. (Jeršič 1990) Tudi želja po obisku svojega rojstnega kraja ali domovine svojih prednikov je precej pogost motiv za potovanje. (Hudman in Hawkins 1989) Večja skupina motivov pa so tudi kulturni motivi, med katere štejemo željo po širjenju znanja o svetu, po spoznavanju pokrajin in tamkajšnjega življenja ter kulture, naravnih in družbenih značilnosti, zanimanje za umetnost in kulturne stvaritve ter dodatno izobraževanje. (Jeršič 1990) Za nekatere posameznike so pomembni tudi duhovni in religijski motivi za potovanje, ki vključujejo romanja, srečanja, obiskovanje religijskih in zgodovinskih središč ter religijskih predstav. Motiv turistov, na katerega se najbolj osredotoča turistična industrija, pa je užitek. Posledica tega so številni zabavišni centri, narodni parki, križarjenja in podobno, ki posameznikom nudijo takšen ali drugačen užitek. Nenazadnje pa je zelo pomemben motiv tudi radovednost, ki žene posameznike k raziskovanju novih krajev sveta in njihovih kultur in religij. (Hudman in Hawkins 1989)

Mnogi avtorji so razvili tudi različne konceptualizacije posameznikovih potreb. Ena najbolj znanih je Maslowova hierarhija človeških potreb. Maslow je identificiral pet kategorij posameznikovih potreb, in sicer fiziološke potrebe, ki se nahajajo na najnižji ravni, potrebo po varnosti, po ljubezni oziroma odnosu, po spoštovanju in po samoaktualizaciji, ki se nahaja na najvišji ravni. Potrebe na nižjih ravneh so najmočnejše in bolj vplivne od tistih na višji ravni. Ko so najnižje potrebe zadovoljene do določene

¹⁵ Zaradi procesov globalizacije in posledične standardizacije odgovorne oblike turizma postajajo vedno bolj razširjene, vendar zaenkrat še ne prevladujejo v turistični industriji, kar pomeni, da zaenkrat še predstavljajo neko novo, nenavadno obliko turizma, s pomočjo katere lahko posamezniki ustvarjajo vtis na druge. Če pa bo odgovorni turizem postal standard v okviru turistične industrije, je pričakovati, da se ga bodo udeleževali mnogi ljudje, katerih drugače ne bi pritegnil, in sicer zgolj z namenom pridobivanja priznanja s strani družbe.

mere, lahko posameznik začne zadovoljevati tudi nadaljnje potrebe. (v Hudman in Hawkins 1989, 38 in v Holden 2006, 66) Nekateri avtorji (npr. Hudman in Hawkins 1989; Pearce 2007) so ugotavljali, kam v Maslowovo hierarhijo potreb se uvršča potreba po potovanju. Ugotovili so, da turistična motivacija izhaja iz potreb, ki se nahajajo na vseh petih ravneh Maslowove hierarhije. Izraža se prek potrebe po sprostitvi oz samoohranjanju (rekreacija, sprememba okolja, tempa ...), ki se nahaja na najnižji ravni, iz potrebe po varnosti (posamezniki navadno izberejo destinacije, ki so varne), potrebe po odnosih, ljubezni, romantičnosti oziroma dogodivščini (potovanje kot priložnost za graditev odnosa z družino in prijatelji ter za ustvarjanje novih prijateljstev), potrebe po razvoju, samospoštovanju in priznanju s strani drugih ter potrebe po samoaktualizaciji in izpolnitvi, ki se nahaja na najvišji ravni.

Pearce (2007), ki je svoje raziskovanje turističnih motivov deloma osnoval na Maslowovi hierarhiji potreb, je razvil pristop vzorca potovalne kariere (Travel career pattern approach) v katerem povezuje motivacije, življenjski cikel in prejšnje izkušnje s potovanji. Ugotavlja, da, čeprav navadno pri določenem turistu prevladuje ena raven potreb, je značilno, da imajo turisti hkrati več različnih motivacij, ki se oblikujejo v motivacijski vzorec. Le-ta pa se spreminja glede na njihovo življenjsko obdobje in/ali potovalne izkušnje. »Lahko rečemo, da imajo ljudje potovalno kariero, ki se odraža v vzorcu potovalnih motivov, ki se spreminja glede na njihovo življenjsko dobo in/ali nabrane potovalne izkušnje.« (Pearce 2007, 53) Pojem potovalne kariere torej pomeni, da lahko identificiramo različne stopnje v potovanju posameznika. Stanje posameznikove potovalne kariere je odvisno od prejšnjih potovalnih izkušenj in od življenjskega obdobja ter starosti. Vzorec posameznikovih potovalnih motivov se navezuje na njegovo potovalno kariero in naj bi potemtakem bil predvidljiv. (Pearce 2007)

Pearce je s sodelavci na podlagi teorije vzorca potovalne kariere napravil raziskavo potovalnih motivov, pri čemer je podatke zbiral z intervjuji in anketami. Raziskava je pokazala, da obstaja 14 glavnih potovalnih motivacij. Pobeg oziroma sprostitev, novost oziroma nenavadnost, odnosi in njihovo utrjevanje ter samorazvoj oziroma avtonomija so se izkazali za najpomembnejše motivacijske dejavnike, in sicer neodvisno od posameznikove starosti in potovalnih izkušenj. Samorazvoj prek interakcije z gostiteljsko skupnostjo ter stik z naravo sta motiva, bolj značilna za posameznike z več potovalnimi izkušnjami. Ti torej bolj poudarjajo navzven usmerjene motive. Osebni razvoj,

samoizpolnjevanje, varnost ter romantika pa so motivi, bolj značilni za tiste z manj potovalnimi izkušnjami, ki torej bolj poudarjajo navznoter usmerjene motive. Stimulacija, izolacija, nostalgija in družbeni status oziroma priznanje s strani drugih pa so motivi, ki so manj pomembni tako za bolj kot za manj izkušene posameznike. Pearce tako ugotavlja, da »je zelo verjetno, da imajo ljudje določene dominantne in stalne potovalne motivacije, ki delujejo kot skupna glavna opora potovanja, ne glede na raven njihovih potovalnih izkušenj«. (2007, 66) Vendar pa lahko sprememba manj pomembnega motiva že povzroči preoblikovanje splošnega vzorca potovalnih motivacij. Raziskava je torej pokazala, da lahko potovalno motivacijo razumemo kot »vzorke [motivov] povezanih z različnimi ravnmi potovalne kariere, ki pa so lahko ocenjeni glede na prejšnje potovalne izkušnje, življenjsko obdobje in starost«. (Pearce 2007, 78) (Glej Prilogo A)

Prav zaradi kompleksnosti motivov ter potreb turistov je težko ustvariti tipologijo turistov, ki se bodo odločili za določeno vrsto turizma. Takšnih poskusov je bilo več, avtor enega izmed njih je Plog. (v Hudman in Hawkins 1989, 44–45; v Holden 2006, 73–75 in v Butcher 2003, 18–19) Ugotovil je, da imajo socio-demografske značilnosti posameznikov, kot so družbeni razred, starost, spol itd. vedno manjši vpliv na posameznikovo izbiro destinacije in tipa turizma, kar kaže na vedno večjo individuacijo posameznikov. V svoji študiji je kategoriziral ljudi v dve skupini – psihocentrike in alocentrike, in sicer glede na njihove turistične motivacije in vedenje. Značilnosti prvih so ukvarjanje samih s sabo in z majhnimi problemi, zaskrbljenost, nepustolovskost, zadržanost, skrb za udobje, varnost in prijetnost. Za alocentrike pa so značilni odprtost, zadovoljstvo s samim seboj, radovednost, zanimanje za ljudi in kraje ter pripravljenost eksperimentirati in iskati dogodivščine. Vendar pa je bolj primerno razvrstiti posameznike na linijo od najbolj psihocentričnih do najbolj alocentričnih, kot le v ti dve skupini. Bolj ko so posamezniki psihocentrični, bolj jih privlačijo domače oziroma poznane destinacije, medtem ko bolj alocentrične posameznike privlačijo neobičajni kraji. (Plog v Hudman in Hawkins 1989, 44–45; v Holden 2006, 73–75 in v Butcher 2003, 18–19) Lahko torej rečemo, da gre v primeru psihocentrikov za manj individualne in globalno slabše integrirane posameznike, saj ne težijo k povezovanju navzven in se držijo bolj poznanih prostorov, medtem ko gre v primeru alocentrikov za posameznike z večjo stopnjo individuacije in globalne integriranosti, saj so bolj avtonomni, njihova odprtost navzven pa kaže na večji obseg in raznovrstnost njihovih časovno-prostorskih poti. Večina posameznikov pa se nahaja na sredini, med obema ekstremoma. Kako psiho-

ali alocentrični so posamezniki, je odvisno od več dejavnikov, na primer njihovega dohodka (tisti z višjim dohodkom so bolj alocentrični), pa tudi njihovih dotedanjih izkušenj s turizmom (bolj izkušeni postajajo, bolj alocentrični so in hkrati tudi bolj individualizirani in globalno integrirani). Hkrati se spreminja tudi poznanost oziroma neobičajnost destinacij – navadno alocentriki odkrijejo nove destinacije, ki kasneje postanejo bolj popularne, se razvijajo in na koncu privabljajo predvsem psihocentrike. (Plog v Hudman in Hawkins 1989, 44–45; v Holden 2006, 73–75 in v Butcher 2003, 18–19) (Glej Prilogo B)

Poleg motivov na turistično povpraševanje vplivajo tudi objektivni ter subjektivni zunanji dejavniki. Objektivni zunanji dejavniki so recimo razpoložljivost denarnih sredstev, socialna politika, prosti čas, naselitvene razmere, družbene organizacije, delovno in bivalno okolje, politične razmere ter mestna mikroklima. Med subjektivne zunanje dejavnike pa štejemo duševne iracionalne dejavnike (kot so na primer moda oziroma posnemanje, turistična navada ali prestiž in snobizem), stopnjo razvitosti turističnih navad in tradicij ter informiranost posameznikov. (Jeršič 1990)

Različne študije so dokazale, da je, kadar govorimo o motivacija turistov, treba upoštevati dejstvo, da obstajajo različne vrste turizma in različni tipi turistov, vsak s svojimi motivacijami.¹⁶ (Bajuk Senčar 2005) Ugotavljanje in preučevanje posameznikovih motivacij za turizem je torej zapleteno, tudi zato, ker so pogosto prikrite. Medtem ko je namen posameznikovega potovanja pogosto očiten, se moramo do posameznikovih motivacij prebiti prek razumevanja njihovih zasebnih želja in potreb, katerih raznolikost je velika. (Pearce 2007) Poleg same odločitve za potovanje pa je v nadaljnjem procesu planiranja posameznik soočen še z mnogimi drugimi odločitvami. Motivi, ki stojijo za vsemi temi odločitvami, so bistven dejavnik pri oblikovanju določene turistične izkušnje. (Hudman in Hawkins 1989) Pri ugotavljanju, zakaj in kako se posamezniki odločajo za različna potovanja, je najprej treba upoštevati kulturne okoliščine, iz katerih izhajajo. Prav družba, v kateri posameznik živi, bistveno vpliva na njegovo obnašanje ter ga oskrbuje z informacijami in predstavami o potencialni destinaciji. Posamezniki iz različnih kultur in subkultur imajo tako različno predstavo o potovanju in o tem, kako naj bi preživljali svoj prosti čas. (Hudman in Hawkins 1989)

¹⁶ V nadaljevanju sledi več o raznolikosti, ki leži v samem središču človeškega obstoja in je s tem tudi bistven element turizma. (Goodwin 2002, 21)

Treba je torej upoštevati, da imajo ljudje zelo različne razloge za potovanja, kar je v veliki meri izraz delovanja procesa individuacije, in da imajo pogosto več kot en turističen motiv, saj stremijo k temu, da bi s potovanjem zadovoljili več kot le eno svojo potrebo. (Hudman in Hawkins 1989) Poleg tega pa so si različni motivi enega posameznika pogosto v nasprotju in se sčasoma spreminjajo. Pojavljajo se tudi vedno novi motivi, čemur se mora prilagajati tudi turistična ponudba. (Jeršič 1990) Upoštevati moramo torej vse motive posameznika, če želimo ugotoviti, zakaj in kako se odloča za določeno vrsto turizma, na primer za odgovorni turizem.

3.4 VPLIV TURIZMA NA OKOLJE IN DRUŽBO

Turizem pa je več kot le sredstvo za izpolnjevanje potreb in želja posameznikov. Ima tudi splošen pomen za družbo. (Jeršič 1990) Njegovi vplivi, tako pozitivni kot negativni, so opazni pri gospodarskem razvoju, družbenem in kulturnem razvoju ter pri spremembah (naravnega) okolja ter pogosto sovpadajo z vplivi globalizacije v širšem smislu.

Eden izmed bolj poudarjenih vplivov turizma je ekonomski vpliv. Vpliva na plačilno bilanco države – turisti v tujini trošijo dohodek, ki so ga zaslužili v lastni državi, kar povzroča deficit v njihovi državi, ki pa se navadno izenačuje prav s prilivi od turizma. Ker turisti zahtevajo proizvodnjo točno določenih izdelkov ter več hrane in pijače, turizem posredno vpliva tudi na povečanje in sestavo proizvodnje nekaterih dejavnosti. (Jeršič 1990) Poleg tega turizem, s tem ko se razvija v manj razvitih državah, pogosto prispeva k izenačevanju regionalnih razlik. Prispeva pa tudi k razvoju drugačne infrastrukture, ki je v korist tako prebivalstvu regije kot turistom. (Bajuk Senčar 2005)

Turizem prispeva tudi k večji zaposlenosti prebivalstva, kar je po eni strani dobrodošlo, po drugi strani pa ima to lahko tudi precej negativnih učinkov na gospodarstvo in družbeno strukturo gostiteljske skupnosti. (Bajuk Senčar 2005; Jeršič 1990) Globalizacija pomeni tudi odpiranje turistične industrije na določeni destinaciji neomejenim tujim investicijam in s tem zunanjemu nadzoru, kar pa odpira vprašanje, kdo ima največje ekonomske koristi – vlagatelji ali gostiteljska kultura. (Holden 2006) To postane problematično predvsem v primeru, ko postane gostiteljska skupnost odvisna od turizma, nad katerim pogosto nima nikakršnega nadzora. V skupnostih, za katere je značilna večja

raznolikost zaposlitvenih možnosti, pa lahko turizem, ki ponuja zaposlitve za relativno nizke plače, prinese bolj malo koristi in zahteva uvažanje delavcev. Po drugi strani turizem ponekod predstavlja nove vire prihodkov tudi za ženske. Vendar je tudi ta vpliv najpogosteje kritiziran, saj naj bi ženske v turizmu delale v slabih pogojih. Tu pa je spet treba omeniti, da v različnih kulturah ženske različno interpretirajo in vrednotijo ene in iste nove zaposlitvene možnosti. (Bajuk Senčar 2005)

Pogosto pa je poudarjena tudi t. i. multiplikativna funkcija turizma na gospodarstvo celotne države. Turizem namreč ustvarja posreden dobiček za celotno družbo. Denar tujih turistov bi v idealni situaciji krožil po različnih dejavnostih lokalnega gospodarstva, nato pa se prek uvoza proizvodov in storitev prelil v druge države. Na koncu bi imeli korist od turizma vsi člani tega kroženja, torej tudi tisti lokalni prebivalci, ki niso neposredno vključeni v turizem. Vendar pa v realnosti dobiček od turizma ne kroži po lokalni skupnosti v nedogled, in sicer zaradi t. i. ekonomskega prepuščanja – uhajanja denarja iz lokalne ekonomije. (Bajuk Senčar 2005; Holden 2006; Jeršič 1990)

Turizem vpliva tudi na različne kulture in družbo nasploh. (Glej Prilogo C) Ima splošen pomen za ljudi, ki se ga udeležujejo, na primer s tem, ko obnavlja in krepi moč posameznikov, kar je posledica rekreacijske funkcije turizma in kar se odraža v večanju delovne sposobnosti in storilnosti ljudi. (Jeršič 1990)

Tudi lokalno prebivalstvo ima nekaj koristi od množic turistov, ki obiskujejo njihove kraje. Poleg ekonomskih koristi so lahko deležni tudi ohranjanja njihovega okolja in finančnih nadomestil za določene omejitve, ki so posledica razvoja turizma in ki jim pogosto predstavljajo obliko zagotovljenega stalnega dohodka. Turizem spodbuja tudi napredek in modernizacijo, saj prispeva k večji ozaveščenosti lokalnega prebivalstva, kar skupaj z dohodkom od turizma lahko pozitivno vpliva na njihovo kvaliteto življenja, in sicer z boljšo zdravstveno in komunalno oskrbo, urbano infrastrukturo in dobrinami v obliki socialne oskrbe, šol, kulturnih institucij, izboljšave servisne ponudbe ter izobraževalnega sistema. Pozitivne spremembe na področju zaposlenosti in dohodka lahko v nerazvitem svetu vodijo v oblikovanje srednjega družbenega razreda s specifičnim vedenjem in vrednotami. Večji dohodek družine pa povzroča tudi manjšo odvisnost družine od le enega člana in višji status ženske v družini. (Hudman in Hawkins 1989) Turizem torej lahko prispeva k večji individuaciji lokalnega prebivalstva in k

razvoju in napredku njihove družbe. Vendar pa imajo te spremembe tudi negativne posledice, ki se kažejo v spremembah v družbeni strukturi, obnašanju in vlogah gostiteljske družbe (na primer nižji status tradicionalnih poklicev, negativno vrednotenje družbenih norm, migracije, izguba močnih družinskih vezi ...).¹⁷ (Hudman in Hawkins 1989)

Vpliv turizma na družbo kot celoto pa se kaže v večji družbeno-kulturni integraciji na nacionalni ravni, kjer lahko opazimo manjšanje razlik med običaji in načinom življenja v različnih regijah,¹⁸ hkrati pa predvsem domač turizem prispeva k izobrazbi o lastni državi, manjšanju regionalizma oziroma večanju narodne enotnosti. (Hudman in Hawkins 1989) Ker turizem omogoča stike ljudi iz posameznih dežel, ima torej tudi politično funkcijo – spodbuja lahko občutek patriotizma ali pa naklonjenosti do drugih dežel. (Jeršič 1990) S tem, ko se zaradi odpravljanja geografskih in političnih ovir ljudje z različnim družbenim in kulturnim ozadjem lahko vedno bolj premikajo po celem svetu, si lahko ustvarjajo lastno spoznanje o svetu, ki pogosto rezultira v bolj pozitivni predstavi o tujem, boljšem razumevanju drug drugega in spoštovanju drugačnih vrednot. Turizem lahko torej pripomore tudi h krepitvi stikov med posamezniki. (Bajuk Senčar 2005; Jeršič 1990; Hudman in Hawkins 1989) In v tem leži ena izmed glavnih prednosti turizma in globalizacije nasploh – posamezniku omogoča, da si sam, brez posrednikov, avtonomno in kot individualna osebnost oblikuje predstavo o svetu in poskuša razumeti druge ljudi ter se tako izogne oblikovanju predsodkov. Bajuk Senčarjeva pravi:

Kratkotrajni in dolgotrajni stiki s svetom, ki so sedaj bolj dostopni večjemu delu globalnega prebivalstva, so lahko učinkovito orožje proti oviram in nerazumevanju med kulturami in narodi, saj osebne izkušnje pomagajo odpraviti predsodke, ki temeljijo na nevednosti in ki jih sicer ohranja razdalja. Turizem je eden izmed globalnih pojavov, ki predstavlja možnost, da pomaga odpravljati predsodke o tako imenovanih eksotičnih, oddaljenih »drugačnih« kulturah s tem, ko ljudem ponuja možnost, da razvijajo poglobljeno razumevanje sveta prek lastnih izkušenj in prek bolj utemeljene presoje kulturnih podobnosti in razlik. (2005, 20)

Turizem pomembno vpliva tudi na kulturni razvoj posameznikov, tako turistov kot članov gostiteljske skupnosti, ter vodi k ustvarjanju nekaterih duhovnih vrednot ali

¹⁷ Ali gre pri takšnih spremembah lokalnih skupnosti dejansko za negativne posledice turizma ali pa so takšne spremembe zaželene, je eno izmed glavnih etičnih dilem turizma in globalizacije nasploh. Za več o tem v okviru odgovornega turizma glej poglavje 4.4.2.

¹⁸ Več o manjšanju razlik med različnimi teritorialnimi enotami, kot eni izmed razsežnosti globalizacije, v poglavju 2.2.

idealov. (Jeršič 1990) Prispeva na primer k večji želji po učenju in obvladanju tujih jezikov. (Hudman in Hawkins 1989; Holden 2006)

S tem, ko prostor izgublja vlogo ovire v povezovanju, pa se hkrati izgublja tudi njegova zaščitna vloga. Tako so različne kulture z naraščanjem mobilnosti ljudi, dobrin in idej vse bolj izpostavljene globalnim vplivom, kar pogosto ogroža njihovo identiteto. (Mlinar 1994) S tem, ko turizem omogoča medsebojno kulturno komunikacijo med gostiteljsko kulturo in kulturo turistov, bistveno prispeva k procesoma akulturacije in kulturne konvergence v obeh smereh. (Hudman in Hawkins 1989; Bajuk Senčar 2005) Oba procesa predstavljata dva izmed osrednjih elementov globalizacije. Akulturacija pomeni spremembe, do katerih pride znotraj določene kulture zaradi stika z drugo kulturo in izposojanja določenih elementov te kulture, recimo jezika, vrednot, tehnologije. Kulturna konvergenca pa opisuje pojav, ko si različne kulture postajajo vedno bolj podobne. Tako je po svetu moč opaziti nadaljevanje trenda industrializacije in modernizacije, predvsem v državah nerazvitega sveta. Seveda bi do akulturacije in kulturne konvergence prišlo tudi brez prisotnosti turizma, vendar pa ju ta vsekakor zelo pospešuje. (Hudman in Hawkins 1989; Bajuk Senčar 2005)

Globalizacija turizma pomeni tudi stik s skupnostmi, ki so bile v preteklosti popolnoma izolirane od preostalega sveta. (Bajuk Senčar 2005) Ker turiste zanimajo tradicionalne oblike umetnosti in kulturna tradicija takšnih skupnosti, turizem pogosto ojača kulturno tradicijo pripadnikov takšnih skupnosti. Ojača tudi njihovo etnično identiteto, predvsem s tem, ko ugotovijo, da bogastvo, ki so ga prinesli tujci, ne pomeni nujno tudi sreče, s čimer se podre mit o premoči tujca. (Hudman in Hawkins 1989; Holden 2006) Lokalne skupnosti lahko torej ravno zaradi odsotnosti izolacije oziroma zaradi povezovanja s svetom prek turizma postajajo bolj individualizirane, se pravi se bolj zavedajo pomena svoje raznolikosti in avtonomije.

Po drugi strani pa se turizem pogosto kritizira, ker naj bi transformiral gostiteljsko identiteto oziroma kulturo v blago, privlačno turistom. (Bajuk Senčar 2005) Kot globalizacija nasploh, lahko tudi turizem prispeva k homogenizaciji kultur, in sicer s tem, ko se lokalno tradicijo prilagaja željam turistov. Lahko vodi tudi do uničevanja tradicionalne umetnosti in kulture. Vpliv turizma se ponekod pozna tudi v komercializaciji religije ter v spremembah v jeziku domačinov, ki se umika angleščini in

drugim jezikom in pridobiva status manjvrednosti. (Hudman in Hawkins 1989; Holden 2006) Težave z ohranjanjem lastne kulturne identitete so tudi posledica standardizacije turizma in zahtev, katerim morajo ugoditi kraji, ki želijo postati turistične destinacije. (Bajuk Senčar 2005)

Čeprav gre pri turizmu torej za dvosmerne procese, prihaja do sprememb predvsem pri gostiteljski skupnosti.¹⁹ Pri tem pogosto obstaja tudi povezanost med ekonomsko in kulturno asimetrijo med vključenimi kulturami. (Hudman in Hawkins 1989; Bajuk Senčar 2005) Vsekakor pa je pri tem treba upoštevati dejstvo, da lokalne skupnosti različnih kulturnih sprememb ne sprejemajo pasivno. (Hudman in Hawkins 1989; Holden 2006)

Turizem torej po eni strani predstavlja dobro priložnost za gostiteljsko kulturo, saj predstavlja sredstvo, s katerim se lahko ohranja lastna identitete in določa lasten prostor v globaliziranem svetu. Po drugi strani pa pomeni tudi mnoge nevarnosti in probleme, ki jih lahko istovetimo s procesom globalizacije. V tem smislu je turizem razumljen kot sredstvo za širjenje globalne hegemonije. Bajuk Senčarjeva v zvezi s tem opozarja, da noben od teh dveh vidikov turizma ne predstavlja dejanske, uravnotežene slike današnjega globalnega turizma, ki bi bila narejena na podlagi sistematične analize različnih turističnih izkušenj, in v tem smislu bolj predstavljata dva ekstremna scenarija za različne kulture oziroma družbe. (2005, 30–31) Poleg tega pri ocenjevanju vpliva turizma na kulturni ravni ne smemo pozabiti, da turizem ni edini dejavnik, ki vpliva na razvoj kulture. Gostiteljska skupnost ima v dobi modernizacije tudi druge možnosti, prek katerih vzpostavlja stik z drugimi kulturami in ki igrajo pomembno vlogo pri razvoju njihove lastne kulture. (Bajuk Senčar 2005)

Kot rečeno, ima turizem tudi socialno funkcijo, saj lahko z mešanjem različnih socialnih skupin prispeva k manjšanju razlik med njimi. (Jeršič 1990) Posledica turizma in globalizacije nasploh je namreč tudi prelivanje etičnih vrednot prek meja. Ker družbe ne živijo v izolaciji ene od druge, si delijo nekatere oblike načina življenja, imajo delno skupno zgodovino, imajo podobne religijske poglede in podobno. Tako si lahko različne skupnosti delijo nekatere etične vrednote, po drugi strani pa lahko pride do velikega

¹⁹ Gre za izraz neenakomernega postopnega zblíževanja svetovne periferije in jedra, ki je obravnavano v poglavju 2.2.

razkoraka med etičnimi vrednotami znotraj določene skupnosti. (Smith in Duffy 2003) Ta pojav je v današnji družbi še posebej opazen, saj so posamezniki vedno manj vnaprej določeni na podlagi njihovega porekla, kar je znak vpliva procesa individuacije. Tako se etična stališča turistov in gostiteljev med seboj lahko do neke mere razlikujejo, hkrati pa si jih lahko oboji tudi delijo. (Smith in Duffy 2003)

Predvsem v državah v razvoju se kaže tudi nasproten trend, ko razvoj mednarodnega turizma prispeva k večanju socialnih nasprotij in konflikta med domačini in turisti ter zaposlenimi v turistični industriji. Gre za situacije, ko se globalizacija izraža kot kombinacija standardizacije in težnje po dominaciji, kar pa predstavlja izjemno negativen vidik globalizacije. Do teh sporov prihaja, kadar je domačinom omejen ali prepovedan dostop do različnih turističnih površin ali kadar imajo z njimi prevelike stroške. (Hudman in Hawkins 1989; Jeršič 1990) Polarizacijo med obema skupinama povzročajo tudi turisti s svojim neprimernim družbenim in ekonomskim obnašanjem ter zahtevo po standardu, ki je domačinom nedosegljiv. Domačini včasih začnejo posnemati drugačne družbene norme, vrednote in materializem, ki jih izražajo turisti, kar lahko negativno vpliva na njihovo družbo, saj se v njej štejejo za neprimerne. Eden izmed glavnih razlogov za konflikte med domačini in turisti je družbena zasičenost. Značilnosti oziroma narava določenega turističnega kraja se lahko popolnoma spremeni, ko se na določenem območju prekorači nosilno sposobnost družbe. Zaradi velikega števila turistov izginjajo prvotne značilnosti kraja, uradni jezik se pomika v ozadje, kar je pogosto lahko neprivlačno tudi za turiste same. Poleg tega se lahko pojavijo tudi problemi, kot so prostitucija, kriminal in pogosto nadležni ulični prodajalci, ki niso del tradicionalne družbe in so tako med domačini zelo nezaželeni. Polarizacija se poveča tudi, ko začne turistični sektor uvažati tuje delavce, in sicer tako v razvitih kot manj razvitih državah. (Hudman in Hawkins 1989)

Socialno-kulturni vpliv turizma je odvisen od tipa turistov, ki obiščejo določeno destinacijo. Valene Smith ugotavlja, da je stopnja negativnih vplivov turizma na gostiteljsko družbo najbolj odvisna od števila turistov. Kjer je turistov malo, se le-ti popolnoma prilagodijo lokalnim normam in standardom. Več kot jih je, večji je vpliv turizma in manjša je njihova prilagojenost gostiteljski družbi. (v Hudman in Hawkins 1989, 223–223 in v Bajuk Senčar 2005, 36–37) Podobno velja za vpliv turizma na okolje – velike množice lahko določenemu zavarovanemu kraju bolj škodujejo, kot pa nekaj

posameznih obiskovalcev na nekem nezavarovanem prizorišču. (Hudman in Hawkins 1989) Poleg tega Hampton navaja ugotovitve, da so posamezniki, ki potujejo z nahrbtniki in naj bi najmanj potrošili na svojih potovanjih, za lokalno skupnost tudi z ekonomskega vidika najbolj koristni. Dolgoročno namreč potrošijo precej več kot prvorazredni turisti, saj so njihovi dnevni izdatki manjši in lahko tako ostanejo dlje časa na destinaciji. (v Bajuk Senčar 2005, 47) Vendar pa so nekatere druge raziskave pokazale, da večje število turistov ne pomeni nujno slabše izkušnje za gostiteljsko kulturo. Chambers na primer ugotavlja, da gostiteljske kulture bolj odobravajo množične turiste, saj le-ti pridejo vsi naenkrat, si ogledajo atrakcijo, posnamejo fotografije, kupijo spominke in odidejo. Pri nemasovnih turistih pa prihaja do večjega vmešavanja v njihovo vsakdanje življenje. (v Bajuk Senčar 2005, 39–40) Butcher ugotavlja, da je rast turizma večinoma predstavljena kot inherentno problematična, predvsem v odnosu do omejene zaloge virov. Sam meni, da ravno vedno večje množice turistov prispevajo k sposobnosti izkoriščanja in povečanja virov na mnogih turističnih področjih. Tako ugotavlja, da »več ljudi lahko predstavlja okoljske probleme, vendar tudi ustvarja možnosti za reševanje teh problemov, na višjih stopnjah razvoja in posledično z več priložnostmi za ljudi«. (2003, 59) Če pri tej debati upoštevamo Mlinarjevo ugotovitev, da ni večja izolacija, temveč večja selektivnost do vplivov iz okolja tista, ki prispeva k večji individuaciji subjekta, lahko rečemo, da ni nujno, da večje število turistov pomeni tudi več težav za določeno gostiteljsko skupnost. Vpliv, ki ga ima turizem na določeno skupnost, je torej bolj odvisen od tega, ali ima ta skupnost sredstva za nadzorovanje tega vpliva, kot od količine turistov, ki obišejo skupnost.²⁰

Turizem ima lahko tudi pomembno funkcijo pri varovanju okolja. Temelji namreč na privlačnih naravnih in kulturnih znamenitostih in če se želi to privlačnost ohraniti, je treba takšne kraje zavarovati in negovati. (Jeršič 1990) Pozitiven vpliv turizma se kaže v večji okoljski ozaveščenosti posameznikov, kar posledično vodi do iskanja načinov, kako čim večji množici ljudi omogočiti uživanje v lepotah narave in družbe, tako da hkrati čim

²⁰ Na kratko lahko rečemo, da je za dobrobit določenega kraja bolj pomembna kvaliteta turistov, ki ga obišejo, kot njihova kvantiteta. V nadaljevanju obravnavam odgovorni turizem kot koncept, ki se lahko nanaša tudi na množični turizem, kar nakazuje idejo, da število turistov ne igra tako pomembne vloge pri zmanjševanju negativnih vplivov turizma kot tip turistov. Hkrati to tudi pomeni, da je odgovorni turizem lahko eno izmed orodij selektivnosti, torej eno izmed sredstev, ki se jih poslužuje lokalno prebivalstvo z namenom zmanjševanja negativnih vplivov na njihovo skupnost.

manj prispevajo k njenem uničenju.²¹ Za ohranitev mnogih naravnih in kulturnih znamenitosti se skrbi predvsem zaradi velikega zanimanja turistov zanje. To ohranjanje pa je bistveno tako za domačine kot za turiste, ki bodo lahko tako dalj časa deležni možnosti opazovanja lepot teh krajev. Turizem torej vsekakor delno pozitivno vpliva na okolje s tem, ko zagotavlja pobudo in ekonomska sredstva za ohranjanje okolja. (Hudman in Hawkins 1989)

Negativni vplivi turizma na okolje pa nastopijo predvsem takrat, ko pride do zasičenosti in prekoračitve nosilne sposobnosti območja. Nosilna sposobnost pomeni »stopnjo razvoja, do katerega še lahko pride brez škodljivih posledic za vire oziroma okolje«. (Hudman in Hawkins 1989, 238-239) Turisti lahko samo s svojo prisotnostjo uničujejo naravne, arheološke in zgodovinske kraje, problemi zasičenosti pa se kažejo tudi kot pretirana uporaba infrastrukture. V državah v razvoju se tako pogosto zgodi, da je poraba vode na posameznega turista bistveno večja kot na posameznega domačina in da se s kanalizacijo onesnažuje vodo, ki je v uporabi lokalnega prebivalstva, ne pa tudi turistov. Poleg onesnaževanja vode s strani turizma sta problematična tudi izrazito onesnaževanje zraka ter zvočno onesnaževanje. Turizem negativno vpliva tudi na vegetacijo, kar pripelje do novih problemov – požarov, erozije zemlje, sprememb v obnašanju živali in sestavi živalskega in rastlinskega sveta. Posledica turizma je tudi lov na določene živali, katerih posamezni deli se prodajajo kot spominki. Ustvarjanje nacionalnih parkov pa lahko prispeva k povečanju števila nekaterih živalskih vrst, ki so bolj zanimive za turiste, vendar na račun drugih vrst, kar podira naravno ravnovesje. Sčasoma se zaradi turizma spreminja tudi okolje, ki ga je ustvaril človek. Ko se turistična naselja postarajo in začnejo nastajati druga bolj popularna naselja, prva izgubijo na vrednosti, kar pa zahteva obnovo ali oživitev na trgu. S tem postanejo problem za območje, na katerem se nahajajo, oziroma njegovo družbo. (Hudman in Hawkins 1989)

Turizem je torej kompleksen in dinamičen sistem, ki recipročno vpliva tako na kraje, od koder prihajajo turisti, kot tudi na kraje, ki jih obiskujejo. Vendar pa njegov vpliv ni povsod enak. (Holden 2006) Stopnja izmenjave vrednot in kultur ter ravni zasičenosti se razlikujejo za razvite države in za bolj izolirane države v razvoju, kar je posledica

²¹ V bistvu gre za iskanje načinov, kako maksimizirati pozitivne učinke turizma in globalizacije (kako lepoto, raznovrstnost sveta narediti dostopno čim več ljudem) in hkrati minimalizirati njune negativne učinke (kako ohraniti posebnosti določenih krajev).

kulturnih razlik teh držav in pomanjkanja različnih sredstev (tehničnih, finančnih) za nadzor razvoja, ki je značilno za države v razvoju. (Hudman in Hawkins 1989) Svetovna periferija, ki predstavlja velik del turističnih destinacij, je namreč manj sposobna lastnega nadzora nad negativnimi vplivi turizma (se pravi ima manj sredstev za uveljavljanje določenih meril selektivnosti v odnosu do okolja), v primerjavi z destinacijami svetovnega jedra. Na splošno so vplivi v ekonomsko manj razvitih krajih, ki so manj povezani s preostalim svetom in imajo manjšo stopnjo avtonomije in individuacije, navadno večji kot v razvitih, avtonomnih krajih, močno vključenih v globalno raven. (Holden 2006) Turizem torej povzroča manj nevšečnosti v razvitih državah, ki imajo podoben način življenja in dobro razvito infrastrukturo, kot pa v nerazvitih državah, čeprav lahko prevelike mase turistov tudi v razvitem svetu znižajo kvaliteto življenja tamkajšnjega prebivalstva. (Hudman in Hawkins 1989) Vpliv turizma je odvisen tudi od vedenja turistov in njihove ozaveščenosti glede posledic, ki jih lahko ima njihovo počitnikovanje ali potovanje. Ker so lahko vplivi turizma tako pozitivni kot negativni, lahko pričakujemo, da večja ozaveščenost lahko vodi do minimaliziranja negativnih vplivov in maksimiziranja koristi, ki jih prinaša turizem. Ker pa je večja ozaveščenost posledica večje globalne integracije posameznika, le-ta pa pomeni tudi večjo mero njegove individuacije, lahko rečemo, da so bolj individualizirani posamezniki bolje usposobljeni za maksimiziranje koristi turizma in globalizacije nasploh.

4 ODGOVORNI TURIZEM

4.1 GLOBALIZACIJA IN INDIVIDUACIJA KOT OKOLIŠČINI OZIROMA POGOJA ZA POJAV ODGOVORNEGA TURIZMA

S strani družboslovcev je bil turizem od začetka v veliki meri zanemarjan. Danes, ko je vpliv globalizacije in turizma kot globalnega pojava vedno bolj očiten, je jasno, da se ga nikakor ne sme spregledati. (Bajuk Senčar 2005) Čeprav obstajajo nesoglasja glede dejanskega vpliva in univerzalnosti globalizacije, pa je nemogoče zanikati spremembe, ki jih povzroča globalizacija, med drugim tudi njenega vpliva na razvoj globalnega turizma. Torej mora po drugi strani tudi obravnava turizma vsebovati vprašanje globalizacije, pa čeprav je turizem obstajal, še preden je pojem globalizacije postal tako razširjen in popularen. (Bajuk Senčar 2005)

Da bi razumeli sodobne trende v razvoju turizma, med katerimi je tudi pojav odgovornega turizma, moramo torej najprej razumeti širše trende v razvoju družbe nasploh. To pa je mogoče le z obravnavanjem aktivnega odnosa med posameznikom in družbo, ki se z razvojem družbe spreminja. Kot rečeno, v današnji družbi prihaja do hkratne težnje k osamosvajanju in težnje k povezovanju, torej hkratne individuacije in globalizacije. Pojavlja se postopno prehajanje od izključenosti k vse večji komplementarnosti oziroma prežemanju družbenih ravni. Poleg tega prihaja tudi do deteritorializacije – do manjšanja pomena teritorialnosti. Posledica teh procesov je prostorsko, časovno, hierarhično in sektorsko prestrukturiranje družbe oziroma postopno destrukturiranje različnih struktur. Prihaja do pojava večravenskih omrežij²². Te spremembe so tudi posledica vedno večje različnosti posameznikov ter splošno sprejetih standardov, ki omogočajo pretok znotraj globalnih omrežij. (Mlinar 1994)

²² Primer takšnega večravenskega omrežja je mednarodna mirovniška organizacija in gibanje Service Civil International (SCI). Gre za organizacijo, ki povezuje raznolike posameznike na globalni ravni in jim z omogoča, da uveljavljajo svoje ideje v globalnem prostoru, ne glede na to, od kod prihajajo ter brez posredovanja nacionalnih oblasti. Delovanje takšne organizacije je omogočeno z obstojem določenih standardov, katerim morajo ustrezati vsi sodelujoči. Več o SCI v poglavju 4.2.1.

Znotraj takšnih družbenih sprememb delitve na blizu in daleč ter lokalno in globalno izgubljajo svoj pomen, kar se kaže v vedno številčnejših »občasnih prostorskih agregatih«. (Mlinar 1994, 105) To povezovanje in dejavnosti posameznikov, ki niso več odvisne od oddaljenosti, je posledica izgubljanja pomena oddaljenosti. Danes so stroški in čas, ki ju zahteva premagovanje nekega prostora, vedno manjši in prostor torej ne predstavlja več ovire za povezovanje ljudi. Časovno- in stroškovno-prostorska konvergenca je posledica napredne tehnologije prometa in komunikacij in med drugim omogoča tudi bolj preprosto pristočasno potovanje ljudi. (Mlinar 1994) Časovno-prostorsko zgoščevanje in razvoj komunikacij sta torej posameznikom omogočila, da lahko stopajo v interakcije z drugimi ne glede na to, kje se prvi in drugi nahajajo. Ti posamezniki pripadajo določeni interesni skupnosti in ne skupnosti, ki temelji na določenem kraju. Takšni občasni prostorski agregati predstavljajo prehod med prostori krajev in prostori tokov. Gre za občasno nahajanje skupin ljudi iz vsega sveta na določeni lokaciji in za krajši čas. Takšni pojavi hkrati vsebujejo značilnosti lokalnega in globalnega. Posameznik postane začasni prebivalec kraja, kamor je prišel, hkrati pa ohranja lastne značilnosti, ki izhajajo iz kraja, od koder prihaja. Posamezniki z različnih koncev sveta prek neposrednega stika uresničujejo določene interese, zaradi katerih se sploh začasno nahajajo v določenem kraju.²³ (Mlinar 1994)

Med takšne pojave spada tudi turizem (poleg recimo športnih, kulturnih prireditev, mednarodnih konferenc, sejmov ...) ter torej tudi odgovorni turizem. (Mlinar 1994) Le-ta pomeni angažiranje posameznikov pri globalnih vprašanjih. To je pri takšnem združevanju ljudi olajšano, saj je eden izmed glavnih ciljev takšnih skupin ravno neposrednost. Le-ta poveča »možnost dvosmerne komunikacije in pospeši reševanje problema.²⁴ *Lokalno in globalno*, mikro in makro se tako vsaj *prehodno zlijeta* v enkratno celoto, ki je vzorec in izraz prostorsko-časovnega zgoščevanja« (Mlinar 1994, 106), torej novih tehnologij komunikacij in prevoza.

²³ Kratkoročni mednarodni prostovoljni tabori, ki jih obravnavam v nadaljevanju četrtega poglavja, predstavljajo dober primer občasnih prostorskih agregatov. Na taborih v nekem določenem kraju se za krajši čas zbere množica posameznikov iz različnih kultur, ki pa imajo vsi skupni interes – s prostovoljnim delom prispevati k reševanju določenega lokalnega problema in tako hkrati pridobiti različne nove izkušnje.

²⁴ Na tem mestu se torej ponovno pokaže potencial turizma za doseganje večjega medsebojnega razumevanja in spoštovanja posameznikov na globalni ravni, do katerega lahko pride z neposrednim stikom med ljudmi, ki jim ga omogoča ravno turizem.

Lokalno angažiranost pri globalnih vprašanjih, ki je izraz vzajemnega delovanja procesov individuacije in globalizacije v današnji družbi, v svojih raziskavah obravnava Alger. Sicer priznava premoč globalnih vdorov nad kakršnim koli lokalnim odzivom, vendar pa trdi, da vpliv globalnega na lokalno ni enosmeren. Državljeni z različnimi strategijami kljubujejo globalnim vdorom in težijo k uveljavljanju univerzalnih človekovih pravic v lastnih skupnostih, pa tudi v oddaljenih krajih.²⁵ Alger ugotavlja tudi, da se lokalno prebivalstvo z vprašanji in idejami glede sprememb v odnosih z drugimi deželami ne obrača več le na posameznike, ki delujejo na višjih ravneh, ampak imajo tudi sami stike oziroma odnose z ljudmi iz drugih krajev v tujini. (v Mlinar 1994, 78) V teh Algerjevih ugotovitvah se kaže prežemanje različnih ravni družbe ter preseganje nekdanjih družbenih struktur in z njimi lahko razlagamo pojav odgovornega turizma.

Mlinar na podlagi Algerjevih ugotovitev utemeljuje idejo, da je »težnja po lokalni vpletenosti v globalna vprašanja« (1994, 78) ena izmed oblik širšega »trends k *zblíževanju* obstoječih ravni teritorialne organiziranosti«. (1994, 78) To torej pomeni, da ko govorimo o svetovnih odnosih, ne smemo govoriti izključno o odnosih med državami oziroma družbami, ne da bi upoštevali tudi odnose med lokalnimi kraji. Poleg tega pa moramo upoštevati, da svetovne povezave ne vplivajo zgolj enosmerno na določene kraje – torej vpliv globalnega na lokalno, temveč tudi v obratni smeri. (Mlinar 1994) Odgovorni turizem je ena izmed oblik tosmernega vpliva, je dokaz, da lahko tudi posamezniki vplivajo na dogajanje na globalni ravni in je tako izraz trends *zblíževanja* različnih ravni družbe.

Z *zblíževanjem* obstoječih ravni teritorialne organiziranosti prihaja do spreminjanja razmerja med človekom in družbo, do *zblíževanja* posameznika in sistema – »gre za krepitev *vzajemne občutljivosti*: tako sistema v odnosu do vse bolj specifičnih *potreb* in *zmožnosti* posameznika kot za povečanje senzibilnosti (odgovornosti) posameznika za dogajanje in interese širše družbe«. (Mlinar 1994, 57) Na področju turizma se to kaže v vedno bolj specializirani ponudbi turističnih storitev, prilagojenih različnim potrebam posameznikov, ter v vedno večjem poudarku na posameznikovi odgovornosti za posledice, ki jih ima njegovo potovanje. Vendar Mlinar opozarja, da imajo posamezniki

²⁵ Posamezniki težijo k uveljavljanju človekovih pravic v tujih skupnostih pogosto prek svojega delovanja v okviru turizma – bojkotirajo na primer hotele, ki lokalnim delavcem ne zagotavljajo primerne plače, ali zavračajo obisk države, v kateri državljanom ni omogočena svoboda izražanja.

znotraj sistema neposreden vpliv in samostojnost le pri reševanju obrobni vprašanj, ne pa tudi bistvenih globalnih družbenih vprašanj. (1994, 57–58) To pomeni, da odgovorni turizem ne leži le v rokah posameznikov, temveč tudi ostalih akterjev na področju turizma.²⁶

S procesom deteritorializacije postajajo tradicionalne delitve na notranje in zunanje, na domače in tuje zadeve vse bolj nejasne ter problematične. Z globalizacijo se »tuje« in »tujina« vse bolj približujeta »domačemu« in »domovini«, medtem ko se nam domače okolje pogosto zdi vedno bolj tuje (zaradi tujih proizvodov, idej, podjetij ...). Mlinar ugotavlja: »Čim več je tujega pri nas doma, v domovini, tem bolj se ta *domovina izenačuje s tujino* in tem bolj torej to razločevanje izgublja svoj pomen.« (1994, 108) Tudi različna družbenoekonomska, kulturna in ekološka vprašanja se ne nanašajo več le na določeno nacionalno ali lokalno skupnost – onesnaženje vode in zraka na primer prehaja meje posameznih teritorialnih enot in s tem povzroča konflikte med njimi. (Mlinar 1994) Tako ni čudno, da se nekateri posamezniki lotijo reševanja problemov, ki se jim zdijo pomembni, v tujini oziroma izven svojega domačega okolja.

Z urbanizacijo so nastali tudi pogoji za ločevanje subjektivne sfere posameznika in zunanjega, objektivnega sveta – torej pogoji za individuacijo posameznika. Individualnost pomeni, da se posameznik v določenih stvareh razlikuje od ostalih in širše družbene strukture. Kot rečeno, je individuacija določenega posameznika tem višja, čim manj ga določa njegovo širše ali ožje okolje. Posledica življenja v mestu je sicer lahko občutek osamljenosti, vendar pa hkrati tudi krepi individualnost in inovativnost. Z urbanizacijo se je odvisnost od skupnosti zmanjšala, združevanje ljudi pa je bolj posledica njihove izbire kot pa tradicije oziroma danosti. V razvitem svetu posameznikovo identiteto bolj opredeljujejo racionalno zasnovani skupni interesi kot pa vezi, temelječe na družini, narodnosti ali kraju bivanja. Danes se posameznik z namenom samouresničevanja vključuje v različne skupine znotraj vedno širšega prostora (in pogosto v okviru turizma). S tem se hkrati tudi vedno bolj razlikuje od ostalih posameznikov iz bližnjega okolja. Posameznik torej ni vezan na le eno skupino, ampak se »pojavi na nekakšni *edinstveni točki presečišča* številnih skupin. V čim številnejše

²⁶ Posameznik s svojim odgovornim delovanjem v okviru turizma ne more dosegaati tako dobrih rezultatov, kot jih lahko dosega v primeru, ko tudi drugi akterji v turistični industriji, predvsem ponudniki turističnih storitev, težijo k čimbolj trajnostnemu in etičnemu delovanju. Več o tem v poglavju 4.2.

skupine se vključuje, tem manjša je verjetnost, da bi tudi drugi sledili prav istemu vzorcu vstopanja v skupine«. (Mlinar 1994, 55) Posledica številnih družbenih vplivov in raznolikih vzorcev vključevanja posameznikov v skupine pa so enkratne osebnosti posameznikov. (Mlinar 1994)

Odgovorni turizem torej lahko razumemo kot posledico trenda k zblíževanju različnih ravni družbe (od lokalne do globalne) in hkratne vedno večje individuacije posameznikov. Mlinar ugotavlja, da potovanja nasploh vse bolj postajajo način življenja posameznikov, kar tudi sam pojasnjuje s teorijo individuacije in globalizacije. Posameznik danes ni več vnaprej določen s strani lokacije v prostoru, v kateri se nahaja, in se tako vedno bolj osamosvaja in si oblikuje edinstveno identiteto. S tem je tudi njegovo gibanje vse bolj edinstveno, tako v prostorskem kot v časovnem smislu. Posameznik je s svojimi posebnostmi vedno bolj individualno usposobljen za optimalno uveljavljanje na določenem mestu v svetu kot celoti. Z individualizacijo se tudi mobilnost ljudi dogaja v vedno širšem prostorskem okviru, pri čemer so ravno najbolj edinstveni posamezniki najbolj mobilni v svetu in se tudi najbolj uveljavljajo v svetovnem merilu. (Mlinar 1994) Lahko torej rečemo, da je odgovorni turist individualiziran posameznik, ki se nahaja v družbenih pogojih, ki mu omogočajo prosto gibanje po prostoru z namenom oblikovanja lastne identitete in uveljavljanja svojih idej v svetu. Njegov obstoj torej omogočata tako proces individuacije kot tudi globalizacije.

Vendar ideji, da je turizem posledica globalizacije, mnogi nasprotujejo, češ da so turizem in pogoji, ki ga omogočajo, obstajali že pred pojavom globalizacije. Hudman in Hawkins odgovarjata, da so pogoji, ki omogočajo obstoj turizma, kot so denar, sposobnost komunikacije ter transport, sicer res obstajali že pred pojavom globalizacije, vendar pa jih je le-ta močno okrepila, kar je vodilo do močnega razmaha turizma. Očitna dokaza sta naraščanje turizma zaradi razvoja različnih sredstev, prek katerih komuniciramo v globalni družbi, ter razvoj letalskega prevoza, ki je bistveno olajšal in pospešil premikanje posameznikov po planetu. (1989, 8–9)

Tudi Bajuk Senčarjeva odgovarja na kritike glede turizma kot posledice globalizacije. Pravi, da je kroženje in povezovanje med kulturami, kot ena izmed bistvenih značilnosti globalizacije, sicer res obstajalo že stoletja, vendar pa je bilo prej za to potrebnega veliko več časa, truda in denarja. Danes pa so takšni premiki pogosto hitri in udobni, kar se kaže

tudi skozi turizem – posamezniki množično potujejo na vse konce sveta, pogosto samo zaradi sprostitve in novih doživetij in za precej kratko obdobje. (2005, 16) Bajuk Senčarjeva se torej strinja, da so potovanja obstajala že pred začetkom globalizacije sveta, vendar pa meni, da je narava družbenih zvez in priložnosti spremenjena prav zaradi bolj dosegljivih tehnologij komunikacij in prevoza. Nove možnosti stikov in posledični masovni pretoki ljudi pa pomenijo tudi, da so fizično oddaljene družbe bolj dostopne in da je način sobivanja med ljudmi iz različnih kultur danes drugačen. Poleg tega turizem predstavlja tipičen pojav, znotraj katerega se prepletajo različni tokovi – poleg turistov tudi kapital in medijske podobe, kar je ena izmed osnovnih značilnosti globalizacije oziroma prehajanja med prostori krajev v prostore tokov. (Bajuk Senčar 2005; Mlinar 1994)

Čeprav je torej turizem obstajal že pred pojavom globalizacije, ni dvoma o tem, da je globalizacija v ogromni meri prispevala k njegovemu razvoju in razmahu. (Smith in Duffy 2003) K temu je prispevalo tudi dejstvo, da so ideje o globalizaciji danes prisotne vsepovsod v javnem prostoru. S tem vplivajo na posameznikovo predstavo o tem, kako so različni konci sveta, različne države in njihove kulture, o katerih so še do nedavnega razmišljali kot o ločenih prostorih, danes med seboj povezani, in posledično tudi na njegovo delovanje v vlogi turista. (Bajuk Senčar 2005) Turizem je tako ena izmed najbolj dobičkonosnih in perspektivnih industrij današnje družbe. Hkrati pomeni eno izmed glavnih oblik razvedrila za vedno večji krog ljudi iz različnih družb in kultur. (Bajuk Senčar 2005) Poleg tega je jasno, kot je na primer razvidno iz vplivov turizma na kulture, da je turizem, s tem ko prispeva h kroženju ogromne množice ljudi po praktično vseh koncih sveta, tudi ena izmed oblik globalizacije. Turizem je torej bistveno povezan s procesom globalizacije, saj predstavlja »motor in primer vzorcev globalizacije«. (Smith in Duffy 2003, 1)

4.2 POJAV IN RAZLIČNE OBLIKE ODGOVORNEGA TURIZMA

Pojma razvoja in ohranjanja okolja se pogosto zdita nezdružljiva, saj naj bi razvoj v vsakem primeru zahteval izkoriščanje in posledično spreminjanje in uničevanje naravnega okolja, kar je bilo očitno med razvojem danes industrializiranega sveta. (Smith in Duffy 2003) Ideja alternativnega in trajnostnega razvoja pomeni poizkus združevanja

razvoja in ohranjanja okolja. »Alternativna paradigma je osredotočena na ljudi in naravno okolje, poudarja demokracijo in načrtovanje »od spodaj navzgor« namesto »od zgoraj navzdol«. Posledica tega poudarka so nove metode za ocenjevanje razvoja, ki presegajo preproste ekonomske meritve, in priznavajo, da kvaliteta življenja vključuje tudi druge spremenljivke, ne zgolj ekonomskih.« (Holden 2006, 116) Alternativna paradigma teži k izpolnjevanju osnovnih človekovih potreb, k razvoju posameznikove osebnosti (priznava torej pomembnost individuacije), poudarja ohranjanje naravnih virov in ekosistemov in spodbuja trajnostni razvoj. Razvoj in okolje sta namreč močno povezana, za sodobno družbo in njen razvoj pa je še vedno značilno pomanjkanje skrbi za okolje. To je pokazalo tudi t. i. poročilo Brundtlandove, ki je temeljilo na raziskavi vplivov ekonomske rasti na okolje od 50-ih let 20. stoletja. Takšne ugotovitve so sprožile mnogo pozivov k trajnostnemu razvoju, ki naj bi postal bistven del mednarodne razvojne politike. Tako je leta 1992 v Rio de Janeiru, na Konferenci Združenih narodov o okolju in razvoju (UNCED, bolj znani kot Earth Summit), nastal dokument pod imenom Agenda 21, ki promovira trajnostni razvoj po svetu. Gre za načrt, ki so ga sprejele sodelujoče države in postavlja osnovne zahteve za napredek v smeri trajnosti v 21. stoletju. (Holden 2006) Čeprav so Agenda 21 in podobni dokumenti sprožili mnoge debate o trajnostnem razvoju, pa so v precej manjši meri prispevali k uresničevanju ciljev, ki jih zastavljajo. Vseeno lahko rečemo, da je bil leta 1992 v Rio de Janeiru dosežen konsenz glede glavnih principov trajnostnega razvoja, ki so postali del mednarodne politične agende. (Duum 2005)

Tako je danes pojem trajnostnega razvoja široko sprejet med številnimi vladami, nevladnimi organizacijami, v privatnem sektorju in akademskih krogih, kar neizbežno vodi do nejasnosti glede same definicije koncepta. Mnogi uporabniki pojma imajo namreč zelo različne in politično nasprotujoče si cilje in tako tudi različne interpretacije pojma trajnostnega razvoja. (Holden 2006) Vprašanje trajnostnega razvoja je tudi z vidika etike zelo kompleksno. Razvoj je namreč ekonomski proces, hkrati pa tudi vključuje določene ideje, vrednote in norme. Ker so učinki globalizacije neenakomerno razporejeni, v ekonomskem, političnem in socialnem smislu prispevajo h koristim enih posameznikov, medtem ko slabšajo položaj drugih. (Smith in Duffy 2003) Hkrati pa so tudi etična vprašanja deležna vplivov procesa globalizacije, saj se tudi na področju moralnih vrednot zmanjšuje pomen delitve na notranjost in zunanost, kar pomeni, da se moralne vrednote ne ozirajo na meje med državami. (Mlinar 1994) Tako ni popolnoma

jasno, kaj so glavni cilji trajnostnega razvoja in kako jih doseči. Medtem ko trajnost nekaterim predstavlja le izboljšanje tehnologije in zmanjšanje negativnega vpliva na okolje ter hkratno ohranjanje obstoječih hierarhij in strukture moči, drugi težijo k spreminjanju vrednotnih sistemov in struktur moči v družbi. (Holden 2006) Koncept trajnostnega razvoja torej ni nevtralen znanstveni pojem in tako ni mogoče navesti idealnega primera trajnostnega razvoja ali modela, kateremu naj določen razvoj sledi, da bo razumljen kot trajnosten. Gre za spreminjajoči se koncept, ki odraža dinamičnost in kompleksnost situacije, v kateri se pojavlja. (Duim 2005)

Turizem je bil od začetka razumljen kot idealno sredstvo za doseganje razvoja in modernizacije. Predstavljal je t. i. industrijo brez dima, v nasprotju s preostalo industrijo, ki je večinoma enačena z ogromnimi količinami onesnaževanja. (Holden 2006) Postal je ena izmed najbolj osnovnih in zaželenih človeških dejavnosti in zaslužil naj bi si spodbudo vseh ljudi in vseh vlad. Do 80-ih let 20. stoletja je postal turizem največja in najhitreje rastoča industrija na svetu. (Birkett 2002) Ko pa se je pokazalo, da tudi turizem prispeva k onesnaževanju okolja, da multiplikativni učinki turizma niso takšni, kot se je predvidevalo, in da so ekonomska uhajanja pogosto zelo velika, so se pojavile kritike turizma kot razvojnega dejavnika. Poleg tega so mnogi trdili, da turizem prispeva k izkoriščevalskim ekonomskim odnosom med razvitim in nerazvitim svetom in da povzroča odvisnost svetovne periferije od metropolitanskih središč.²⁷ (Holden 2006) Turizem namreč po definiciji vključuje izkoriščanje tujega družbenega, ekonomskega in naravnega okolja. (Goodwin 2002, 17)

Sčasoma je tudi znotraj turistične industrije koncept trajnosti postajal vedno pogostejši, in sicer tako na lokalni kot na globalni ravni ter v javnem, privatnem in prostovoljnem sektorju. (Holden 2006) Opažanje in kritiziranje negativnih vplivov, ki jih ima turizem na skupnost gostiteljico in na širše okolje, je vodilo do pozivov k bolj okoljsko ozaveščenim in kulturno sprejemljivim oblikam turizma ter do sprememb v turistični praksi in razvoja alternativnih oblik turizma.²⁸ (Bajuk Senčar 2005; Smith in Duffy 2003) Tako je danes

²⁷ Kritike torej v veliki meri sovpadajo s kritikami širšega procesa globalizacije.

²⁸ Kot je razvidno v nadaljevanju tega poglavja, obstaja veliko nestrinjanj in nejasnosti v zvezi s poimenovanjem teh oblik turizma. Sama v besedilu uporabljam poimenovanja, ki jih uporabljajo avtorji, katerih mnenja oziroma ugotovitve povzeman, saj menim, da vseh poimenovanj ne moremo izenačevati. Kljub temu ugotavljam, da pojem odgovornega turizma, po definiciji, katero navajam v nadaljevanju, lahko vključuje vsako od oblik turizma, o katerih govorijo obravnavani avtorji. Hkrati pa vsako razumevanje teh oblik turizma še ne pomeni, da gre za odgovorni turizem. Tako na primer ni vsak alternativni ali eko

turizem industrija, ki jo mnogi vidijo kot način za hkratno doseganje razvoja in ohranjanja okolja. V tej ideji so našli potencial za promocijo in trženje trajnostnega, odgovornega turizma. (Smith in Duffy 2003)

Tako kot pri ideji splošnega trajnostnega razvoja obstaja tudi pri definiranju trajnostnega, bolj etičnega in odgovornega turizma mnogo nestrinjanj. Koncept trajnostnega razvoja turizma nima ene, splošno sprejete definicije in se tako uporablja za zelo širok sklop okoljskih projektov in pobud. (Holden 2006; Smith in Duffy 2003) Cilji in oblike takšnega turizma so nejasni, preveč splošni, konfliktni in ne dajejo natančnih smernic, kako razvijati turizem. (Holden 2006) Koncept trajnostnega turizma je torej zelo kompleksen, kar je posledica dejstva, da se turizem, kot del globalizacije, prav tako neenakomerno razvija in s tem odpira etična vprašanja,²⁹ ki so lahko hkrati tudi etična vprašanja glede procesa globalizacije nasploh. (Smith in Duffy 2003)

Ne strinjajo se torej vsi glede vprašanja, kaj trajnostni turizem sploh je in kako ga je najbolje razvijati oziroma izvajati. (Jenkins 2002) Tako nekateri menijo, da je mogoč le z nadzorom lokalne skupnosti nad odločitvami glede razvoja, medtem ko drugi opozarjajo, da to lahko vodi do načina razvoja, ki je škodljiv za okolje, saj imajo lokalne skupnosti navadno ekonomske prioritete in ne okoljevarstvenih. (Holden 2006) Poleg tega mnogi niso prepričani o pozitivnih učinkih takšnega turizma in dvomijo o motivih tistih, ki posameznike spodbujajo k odgovornemu turizmu. (Jenkins 2002) Holden na primer pravi, da pogosto ni jasno, do katere mere je skrb za okolje, ki jo kažejo različne organizacije, v resnici pristna in do katere mere gre zgolj za poslovne namene pridobivanja strank, marketinga in dobička.³⁰ (2006, 123) Ker koncept trajnostnega, bolj etičnega in odgovornega turizma torej ne vključuje le vprašanj ohranjanja okolja, ampak tudi kulturna, ekonomska in politična vprašanja, Holden meni, da je treba razviti takšne oblike turizma, ki niso le okolju prijazne, ampak prinašajo tudi ekonomske koristi

turizem tudi odgovorni turizem (npr. če alternativni turizem enačimo z obiskovanjem nemnožičnih destinacij ali če kot ekoturizem razumemo zgolj počitnikovanje na destinacijah, ki ponujajo bogato in privlačno naravno okolje). Več o tem v nadaljevanju.

²⁹ Etična vprašanja na področju turizma se nanašajo na pomanjkanje spoštovanja do lokalnih kultur in njihovih običajev, neprimerno vedenje v družbi in akulturacijo. Poleg tega se pojavljajo vprašanja v zvezi z izkoriščanjem turistov s strani ponudnikov turističnih storitev, vprašanja glede primernosti zaposlenosti v turističnem sektorju (ali se upoštevajo pravice delavcev, ali je plača primerna...), vprašanja primernosti obiskovanja destinacij, kjer se ne upoštevajo človekove pravice, vprašanja glede izkoriščanja narave v turistične namene in podobno. (Holden 2006)

³⁰ Več o kritikah odgovornega turizma v poglavju 4.4.2.

lokalnim skupnostim. Koncepta trajnosti ne interpretira kot cilja samega po sebi, temveč kot smernostno filozofijo, ki vključuje določene principe posameznikove interakcije z okoljem. (2006, 122–126)

Agenda 21, dokument, ki je določil splošne smernice trajnostnega razvoja, je hkrati tudi prvi dokument, ki teži k mednarodnem dogovoru glede odgovornosti turizma. V njem je navedeno, da naj turizem in potovanja pomagajo ljudem k zdravemu in produktivnemu življenju, v harmoniji z naravo in kulturo. Sicer mnogi dvomijo o uspešnosti Agende 21, vseeno pa so njena priporočila v veliki meri podprta. (Jenkins 2002)

V literaturi lahko najdemo različna poimenovanja teh novih, trajnostnih in bolj odgovornih oblik turizma – od alternativnega turizma (npr. Holden 2006; Smith in Duffy 2003), etičnega turizma (npr. Smith in Duffy 2003), trajnostnega turizma (npr. Swarbrooke v Pearce 2007, 22–23), novega moralnega turizma (npr. Butcher 2002, 2003) do odgovornega turizma (npr. Goodwin 2002). Poleg tega pa mnogi avtorji obravnavajo tudi bolj specifično določene oblike turizma, kot so ekoturizem, turizem za pomoč revnim (pro-poor tourism) (Holden 2006), skupnostni turizem (community managed tourism) (Smith in Duffy 2003), turizem v kombinaciji s prostovoljnim delom (voluntourism) (Hindle 2007) itd.

Čeprav ne obstaja enotna definicija odgovornega, alternativnega turizma, se pogosto poudarja razlikovanje od masovnega turizma (vendar pa Butcher opozarja, da je takšno razlikovanje med masovnimi in etičnimi turisti v realnosti precej manj očitno in služi bolj kot podlaga za debate o novem moralnem turizmu (2003, 21–22, 29–30)). Alternativni turizem je navadno manjšega obsega, temelji na manjši meri razvoja, odgovorne oblike turizma načeloma nadomeščajo ali omejujejo neetične preobilnosti povezane z masovnim turizmom. (Holden 2006; Smith in Duffy 2003) Vpliv na okolje mora biti manjši, kot pri masovnem turizmu, poleg tega se teži k ohranjanju okolja. (Holden 2006) Za odgovorne turiste sta značilni tudi pripravljenost prilagajati se lokalnim standardom in osredotočenost na ljudi, saj je vključenost lokalne skupnosti večja kot pri masovnem turizmu. V nasprotju z masovnimi turisti, ki so pogosto označeni za bolj osredotočene nase in za katere je značilno pomanjkanje samoobvladovanja in izkušanja kulturnih razlik, naj bi se odgovorni turisti v osnovi zanimali za tuje ljudi in kulture. Tako so masovni turisti navadno povezani s Plogovo kategorijo psihocentrikov, medtem ko naj bi

bili novi moralni turisti tipični predstavniki alocentrikov. (Butcher 2003; Holden 2006) Ta lastnost odgovornih turistov prinaša dodatno vrednost njihovi turistični izkušnji, etično potovanje jim nudi možnost nekakšnega razsvetljenja. V nasprotju z masovnim turizmom sta za etični turizem značilna kritičnost do modernega »napredka« oziroma zahodnjaške ideje razvoja in poudarjanje ruralnega trajnostnega načina življenja kot moralno višjega. Idejo o koristih življenja bližje naravi želijo etični turisti prenesti tudi na druge. (Butcher 2003) Poleg tega mora biti po načelih odgovornega turizma nadzor nad razvojem v rokah lokalnega prebivalstva, turistični sektor mora biti povezan z ostalimi sektorji lokalne ekonomije, ekonomske koristi turizma pa morajo biti pravično porazdeljene med lokalnim prebivalstvom in maksimizirane. Alternativni turizem naj bi, kjer je le mogoče, prispeval k dobrobiti lokalne skupnosti, na primer k večji udeležbi žensk in ostalih marginaliziranih skupin pri odločanju in v demokraciji. (Holden 2006) Etično vedenje turista torej vključuje pripravljenost razumeti ljudi, kraje in kulture, ki jih srečuje na svojem potovanju, kot takšne, kot v resnici so, in ne takšne, kot bi turist sam želel, da so. (Smith in Duffy 2003) Odgovorni turisti torej težijo k manjšanju negativnih vplivov globalizacije, hkrati pa želijo v manj razviti svet prenesti nekatere pozitivne izkušnje moderniziranega sveta. Tako po eni strani težijo k ohranjanju značilnosti lokalnih kultur ter lepot naravnega okolja, se torej upirajo svetovni homogenizaciji, prav tako skrbijo, da se turizem ne bi izražal kot dominacija nad lokalnimi skupnostmi, da bi bile le-te čim manj odvisne od razvitega sveta. Po drugi strani pa težijo k širjenju nekaterih standardov, na primer k uveljavljanju višje stopnje demokracije ali k nižjim stopnjam zatiranja marginaliziranih skupin, ter k višjim zdravstvenim in higienskim standardom.

Kaj pomeni biti trajnostni turist, lahko bolje razumemo tudi s pomočjo Swarbrookeove primerjave vlog oziroma odgovornosti turistov nasploh in trajnostnih turistov. Vsi turisti naj bi upoštevali lokalne zakone in naj ne bi sodelovali v dejavnostih, ki so sicer legalne, a obče obsojane. Ne smejo žaliti verskih prepričanj gostiteljske skupnosti, uničevati fizičnega okolja destinacije, prav tako pa ne smejo prekomerno izrabljati različnih naravnih in drugih bogastev. Trajnostni turisti pa poleg tega ne smejo obiskovati krajev, kjer pogosto niso spoštovane človekove pravice (imajo torej tudi politično odgovornost (Jenkins 2002, xvi–xvii)). Morajo se poučiti o kraju, ki ga bodo obiskali, in se naučiti nekaj lokalnega jezika. Poleg tega morajo spoznavati lokalno prebivalstvo in sklepati prijateljstva z njimi. Prispevati morajo k lokalni ekonomiji, vendar morajo bojkotirati

lokalna podjetja, ki zaposlenim plačujejo slabe plače. In navsezadnje, ne smejo širiti bolezni. (v Pearce 2007, 22–23)

Swarbrookeova analiza je podobna navodilom o odgovornem ravnanju turistov, ki jih objavljajo različne skupine, turistične agencije in priročniki in tako vedno bolj postajajo standard, kar je posledica globalizacije. Navodila se navadno nanašajo na odgovorno vedenje do lokalne skupnosti in njihove kulture, do okolja ter do narave in živali. Odgovorni turisti naj se odločajo za hotele in restavracije, ki so v lasti lokalnega prebivalstva, ter uporabljajo javni promet. Do gostiteljev naj se vedejo spoštljivo in naj upoštevajo družbene in religijske zakone, ki veljajo v državi, ki jo obiskujejo (npr. primerno oblačenje, zadržanost glede fotografiranja), pomaga pa tudi znanje osnovnih fraz v lokalnem jeziku. Bistveno je torej, da si turist zapomni, da je gost v kraju, ki ga je obiskal, in se temu primerno vede. Poleg tega se mora odgovorni turist vedno zavedati svojega vpliva na okolje in ga čim bolj zmanjšati. To vključuje izbiro prevoznih sredstev, ki manj onesnažujejo, ali plačilo nadomestil za onesnaževanje, ki je posledica transporta, ter izbiro odgovornih turističnih agencij. Poleg tega mora posameznik zmanjšati uporabo vode in energije ter poskrbeti, da za seboj ne pušča odpadkov in le-te reciklirati. Odgovorni turist pa se mora ozirati tudi na dobrobit in ohranjanje živalskih vrst in divjine (npr. prepovedano je kupovanje izdelkov, narejenih iz delov ogroženih živalskih in rastlinskih vrst, treba se je prepričati, da turizem ne škoduje živalim, ki si jih turist ogleduje na svojem potovanju, in podobno). (glej na primer: Lorimer 2006; Responsibletravel.com a; Real Gap; Responsible Tourism Code for the Pacific) Pogosto se navodila ne nanašajo le na čas, ko je posameznik dejansko na počitnicah oziroma potovanju, ampak tudi na čas pred in po tem. Tako se mora posameznik že pred potovanjem pozanimati o odgovornosti turistične agencije, s katero potuje, pri odločanju, kam bo odšel, se mora izogibati destinacijam, ki so že zelo popularne, še bolje pa je, da se odloči za potovanje izven sezone. Poleg tega se mora poučiti o lokalni kulturi in kraju, kamor odhaja, se znebiti odvečne prtljage in se pozanimati o okoljevarstvenih ali socialnih projektih, ki potekajo na izbrani destinaciji. Po povratku domov naj odgovorni turist razmisli o vplivih, ki jih je imelo njegovo potovanje na destinacijo, in naj sporoči agenciji, s katero je potoval, ali hotelu, v katerem je spal, kako lahko s svojim delovanjem še bolj prispevajo k zmanjšanju negativnega vpliva in povečanju koristi za lokalno skupnost. Poleg tega mora posameznik izpolniti tudi vse obljube, ki jih je dal lokalnim prebivalcem, s katerimi se je srečal na poti, na primer jim poslati obljubljene

fotografije. (glej na primer: Lorimer 2006; Responsibletravel.com b; Responsible tourism)

Porast takšnih navodil ni nenavaden, če upoštevamo dejstvo, da se nahajamo v dobi potrošništva, kjer imajo lahko potrošniki precejšno moč. Prav pritisk s strani potrošnikov (individuiranih posameznikov, ki imajo vedno večje možnosti avtentičnega, neposrednega izražanja svoje identitete) v kombinaciji s konkurenco na trgu (ki postaja vedno večja ravno zaradi večje dostopnosti sveta) lahko vodi do večje odgovornosti. (Goodwin 2002) Če bodo potrošniki poleg znamenitosti zahtevali tudi skrb za okolje in trajnostni razvoj in hkrati za to ne bodo pripravljeni plačati več, bo odgovorni turizem vedno bolj postajal standard. Ponudniki, ki temu ne bodo sledili, ne bodo več konkurenčni na trgu. Potrošniki torej narekujejo tempo razvoja turizma v smeri, ko eko in odgovornost postajata pogoj, da se nekdo sploh zanima za določeno turistično ponudbo. (Piciga v Šket 2009, 15) Po drugi strani pa igra pomembno vlogo tudi korporativna odgovornost. Različne mednarodne korporacije so pod vse večjim pritiskom (med drugim tudi zaradi vedno večje konkurence), da naj upoštevajo pravila primerne delovanja in etična pravila, s čimer naj izražajo svojo ozaveščenost v kulturnem, socialnem in okoljskem smislu. (Smith in Duffy 2003) Odgovorni in ekološko ozaveščeni turistični ponudniki igrajo bistveno vlogo v razvoju odgovornega turizma. (Piciga v Šket 2009, 15) O tem, ali je določeno turistično podjetje pri tem uspešno ali ne, lahko odločajo potrošniki, kar je razvidno iz zgoraj navedenih navodil. Kot rečeno, se podjetja namreč iz različnih razlogov poslužujejo odgovornega ravnanja, bodisi zaradi dejanske osebne predanosti in ozaveščenosti bodisi zaradi komercialnih prednosti, ki jih s tem pridobijo. Po drugi strani pa lahko tudi turistične agencije prispevajo k bolj odgovornemu turizmu, in sicer predvsem z dobrim informiranjem turistov. (Goodwin 2002) Razvoj turizma v smeri odgovornosti in trajnosti je torej odvisen tako od produktne, trženjske kot od povpraševalske strani. (Piciga v Šket 2009, 15)

Kot rečeno, je nejasnost glede definicij značilna tudi za različne vrste odgovornega turizma. Eden izmed tipičnih primerov je ekoturizem. Sicer obstaja soglasje, da igra narava osrednjo nalogo v ekoturizmu, vendar pa niso jasne njegove politične in ekonomske dimenzije, stopnja okoljske in družbene odgovornosti in njegova dolgoročna trajnost. Tako lahko ekoturizem po eni strani razumemo le kot turizem, ki se je razvil zaradi naravne privlačnosti neke destinacije in z namenom občudovanja pokrajine in

divjine. V tem primeru se pojem ekoturizma uporablja za doseganje ekonomskih ciljev tujih vlagateljev, kar pomeni, da je okoljsko in družbeno netrajnosten, sčasoma pa tudi ekonomsko netrajnosten, saj postopoma uničuje prav tiste naravne znamenitosti, zaradi katerih v osnovi privlači turizem. Ekoturizem pa se lahko po drugi strani interpretira kot turizem, ki hkrati predstavlja ekonomske priložnosti za lokalno prebivalstvo in skrbi za ohranjanje okolja. Vključuje pomoč turistov pri ohranjanju okolja in spodbujanju okoljske zavesti in torej ni namenjen zgolj zadovoljevanju potrošnikovih potreb. Takšen turizem je razvit na lokalni ravni, tako da je vpliv mednarodnih korporacij minimalen – mednarodni akterji so pomembni le pri promociji destinacije in transportu turistov. (Butcher 2003; Holden 2006)

Pomembna oblika alternativnega turizma je tudi turizem, ki prispeva k odpravljanju revščine (pro-poor tourism). Značilen je predvsem za destinacije v državah v razvoju. Za razliko od trajnostnega turizma nasploh, ki poudarja splošen razvoj na podlagi trajnostnih načel, takšen turizem predstavlja sredstvo za odpravljanje revščine in vključuje prakse, ki so pomembne predvsem za revne posameznike. Pogost problem v turizmu je namreč, da je revnim onemogočen dostop do turistov. Ko le-tega dobijo in ko imajo zagotovljena sredstva za sodelovanje v turizmu, to prispeva k njihovi usposobljenosti in k izboljšavi njihovega bivanja v ekonomskem, okoljskem, kulturnem in socialnem smislu. Turistom lahko prodajajo ročna dela ali različne usluge (npr. tečaji plesa, ponudba tipičnega obroka turistom, zgodovinski ogledi, vodeni sprehodi ...). K odpiranju priložnosti za revne znotraj turističnega sektorja lahko prispevajo hoteli in turistične agencije, ki spodbujajo lokalno prebivalstvo k razvijanju produktov in uslug in s tem k sodelovanju v turizmu. Omogočajo lahko tudi izobraževanja za revne in jim pomagajo pri promociji izdelkov ali uslug. Revnim je tako omogočen dostop do že obstoječih turistov in s tem služenje dodatnega dobička, ki lahko dvigne njih in njihove družine nad prag revščine. (Holden 2006)

Turizem, katerega vodenje je v rokah skupnosti (community-managed tourism), je odgovor na kritike, da masovni turizem prispeva k družbeni in ekonomski segregaciji v državah v razvoju. (Smith in Duffy 2003) Tako kot zgornja oblika turizma tudi ta prispeva k manjšanju prepada med svetovno periferijo in jedrom, se pravi k manjšanju negativnih vplivov globalizacije. Pri razvijanju in upravljanju s takšnim turizmom sodelujejo ekonomsko ali drugače depriviligirani pripadniki skupnosti. S tem so deležni

koristi, ki jih prinaša turizem. Bistvo takšnega turizma je torej v čim večji participaciji lokalnega prebivalstva pri odločanju glede smeri in stopnje razvoja turizma v njihovi regiji. Navadno gre v takšnih primerih tudi za ekoturizem – posebno vlogo igra torej tudi ohranjanje okolja. Lokalno prebivalstvo pa je v zameno za odrekanje okolju z namenom njegovega ohranjanja deležno denarnih ali drugačnih nadomestil. Takšen turizem je zanimiv za turiste, saj jim ponuja alternativne oblike namestitve (namesto v hotelih spijo v gostiščih, ki so v lokalni lasti in pri domačinih) in storitev. Skupnostni turizem je etičen, saj skrbi za pravično razdelitev koristi in dohodkov od turizma ter za spoštovanje pravic lokalnega prebivalstva. (Smith in Duffy 2003)

Vedno pogostejša pa je tudi kombinacija potovanj in prostovoljnega dela, ko gredo ljudje na počitnice, kjer hkrati tudi delajo v dobrodelne namene, v zameno pa pričakujejo bolj izpolnjujočo izkušnjo³¹ in občutek, da so prispevali nekaj k ohranjanju lokalnega okolja ali zbiranju denarja za dobrodelne organizacije. (Smith in Duffy 2003) Čeprav se posameznik lahko odloči, da si bo sam organiziral takšno potovanje, vedno več organizacij ponuja programe prostovoljnega dela v tujini. Takšni programi navadno vključujejo vse, od nastanitve, prevoza na destinacijo, zavarovanja in viz do podpore posamezniku na sami destinaciji in seveda organiziranega prostovoljnega dela. Prostovoljci lahko, v skupinah ali posamično, delajo na področju razvoja ali ohranjanja kulturne dediščine ali naravnega okolja, na socialnih ali okoljskih projektih, cene takšnih potovanj pa so pogosto visoke. Programi se razlikujejo po intenzivnosti dela in trajanju. Tako obstajajo dolgoročni programi, znotraj katerih se navadno zaključi določen obsežen projekt in vključuje tudi pripravo in organizacijo, ter krajši, teden ali dva trajajoči programi, ki so bolj namenjeni ljudem, ki si na svojih počitnicah želijo okusiti tudi kanček prostovoljnega dela. Slednjih potovanj se je prijel naziv 'volunturizem'. (Hindle 2007; Razpotnik 2006) Poleg očitnih neposrednih učinkov, ki so posledica končanih naravovarstvenih ali obnovitvenih projektov, ima lahko takšen turizem tudi manj opazne, a prav tako pomembne učinke na ciljno lokalno skupnost, ki je pogosto izolirana in ima tako malo stikov s tujci. Prisotnost prostovoljcev lahko pomeni za mlade v lokalni skupnosti prvi vpogled v zunanji svet, poleg tega pa takšni projekti pogosto vzbudijo pozornost širše skupnosti, ki se tako zave svojih problemov in zmožnosti njihovega

³¹ Zahteva po bolj izpolnjujoči izkušnji je izraz potrebe po samoaktualizaciji, ki je, kot rečeno, ena izmed najpomembnejših turističnih potreb. Nove, odgovorne oblike turizma so po eni strani torej tudi posledica naraščanja pomena posameznikovega razvoja in avtonomije, torej njegove individuacije.

reševanja. Prostovoljci namreč vidijo probleme z drugega zornega kota in tako lahko ponudijo nove ideje za reševanje problema. Poleg tega lokalna skupnost zaradi prisotnosti prostovoljcev krepi lastno kulturno identiteto. (Razpotnik 2006)

Pojem odgovornega turizma lahko zajema množico zgoraj navedenih oblik turizma, lahko pa se nanaša tudi na bolj 'klasičen', masovni turizem. Gre za turizem, ki temelji na načelu trajnosti in predvideva odgovornost posameznika in ostalih akterjev s področja turistične industrije do okolja (tako naravnega kot kulturnega), v katerem se nahajajo. Takšna opredelitev temelji na Goodwinovi definiciji odgovornega turizma. Definira ga kot gibanje –

potrošniki, poslovni ljudje in lokalni prebivalci težijo k izkoriščanju izkušnje in industrije, da bi ustvarili boljše oblike ali oblike turizma. Različne skupine različno in za različne namene prevzemajo odgovornost, svojo odgovornost izvršujejo na množico različnih načinov; raznolikost je samo bistvo človeškega obstoja kot tudi bistven vidik turizma in koncept odgovornosti ga vključuje. Različni potrošniki, podjetja in skupnosti destinacij si bodo prizadevali k uresničevanju njihovega koncepta boljše oblike turizma in bodo prevzemali odgovornost za njegovo doseganje. (2002, 21)

Pravi, da je bistvo koncepta odgovornega turizma ideja, da so lahko vse oblike turizma organizirane in izvedene na odgovoren način. Hkrati pa pri odgovornem turizmu ne gre za absoluten koncept, saj so turisti in ponudniki turizma lahko bolj ali manj odgovorni. Odgovorni turizem je torej »prizadevanje, ki je lahko uresničeno na različne načine, na različnih izvornih trgih in na raznolikih destinacijah po svetu«. (Goodwin 2002, 23) To prizadevanje je odgovornost vseh akterjev v turistični industriji. (Goodwin 2002) Odgovorni turizem se torej pojavlja v zelo različnih oblikah in z različnim namenom.

Takšna definicija odgovornega turizma upošteva oziroma kaže na pogoje, v katerih se leta razvija – v obdobju prepletanja procesov individuacije in globalizacije. Raznolikost, ki igra pomembno vlogo v odgovornem turizmu, kaže na vedno večjo individuacijo posameznikov. Kot pravi Goodwin, namreč v odgovornem turizmu sodelujejo različni posamezniki z različnim namenom in razumevanjem koncepta odgovornega turizma. (2002, 21) Od njih samih je odvisno, v kolikšni meri bodo težili k odgovornem turizmu ter kako in kje bodo uresničevali svoje razumevanje odgovornega turizma. Odgovornost torej leži na njih samih. Hkrati pa globalizacija olajšuje posameznikom, ki prihajajo iz različnih izvornih trgov, a na približno isti način razumejo koncept odgovornega turizma, da se združujejo v skupine na različnih destinacijah po svetu z namenom uresničevanja

svojih idej. Nenazadnje pa globalizacija gotovo prispeva tudi k dejstvu, da različni posamezniki, z različnih koncev sveta, sploh razmišljajo o odgovornem turizmu. Čeprav torej veliko problemov v okviru turizma (zaradi katerih se je sploh pojavila potreba po odgovornem turizmu) izhaja ravno iz delovanja procesa globalizacije, le-ta hkrati tudi postavlja pogoje, v katerih je olajšano reševanje teh problemov, in sicer na zelo raznolike načine.

Tudi Goldstein je ugotavljal, kateri turisti lahko prispevajo k bolj odgovornemu turizmu. Največji potencial za razvijanje odgovornega in etičnega turizma leži v turističnih organizacijah, pa vendar so ravno te največji razlog za stagnacijo etičnega turizma in za opeharjanje lokalne skupnosti. (Goldstein 2002) Prav masovni turisti lahko naredijo največjo razliko, saj gre za veliko število turistov, od katerih imajo lahko koristi različni lokalni turistični delavci. Vendar pa ti turisti pogosto ostajajo za zidovi hotelskega območja, ko pa ga zapustijo, večinoma ne razmišljajo o posledicah svojih dejanj (na primer žaljivega in vsiljivega fotografiranja domačinov). Problematična je tudi infrastruktura in gradnja, ki jo zahtevajo takšne množice turistov.³² Goldstein meni, da morajo biti tako ponudniki turističnih storitev kot turisti močno povezani, kar zahteva integriteto na obeh straneh in izobrazbo, brez katerih ne moremo pričakovati večjih sprememb. (2002, 40–41) Tudi posamični popotniki lahko po eni strani prispevajo veliko dobrega k lokalni skupnosti, vendar pa največkrat ni tako. Imajo namreč veliko časa, a malo denarja in v resnici pogosto le izkoriščajo gostoljubje revnih lokalnih prebivalcev. Poleg tega je število takšnih popotnikov vedno večje in množice popotnikov tako utirajo pot nadaljnjim turistom. Po drugi strani so takšni popotniki lahko »dobrosrčni« in sočustvujejo z lokalno skupnostjo ter so do nje radodarni, ne nujno glede denarja, ampak glede njihovega časa in interakcije z gostitelji. Uporabljajo lokalne storitve in prevoz in s tem ustvarjajo dobiček za lokalne skupnosti. Po mnenju Goldsteina so ti ljudje temelj odgovornega turizma in pogosto prispevajo k izboljšanju slike, ki jo imajo lokalni prebivalci o turistih. (2002, 41–42) Velik pozitiven vpliv imajo tudi organizatorji skupinskih potovanj oziroma majhne skupine popotnikov, ki najemajo lokalne vodiče, potujejo z avtobusi in lokalnim prevozom ter se izogibajo mednarodnim hotelom in s tem poskrbijo, da gre denar iz njihovih rok naravnost v roke lokalne skupnosti. Gre za sočutne

³² Izolacija turistov od lokalne skupnosti, se pravi preprečevanje stika med njimi, torej ne predstavlja rešitve glede vpliva turistov na lokalno skupnost. Ni izolacija tista, ki prispeva k ohranjanju različnih gostiteljskih kultur in njihovega okolja, temveč zavedanje lastnih prednosti ter sposobnost nadzora nad vplivi turizma na kulturo, okolje, skupnost.

popotnike s precej denarja, ki obiskujejo oddaljene kraje sveta in tamkajšnje že rahlo omrtvele atrakcije. Vendar pa takšni organizatorji ne privabijo nujno zadostnega števila ljudi, da bi lahko dosegli večje spremembe. (Goldstein 2002) Veliko vlogo pri etičnem turizmu igrajo tudi turistične organizacije na destinacijah, ki odločajo, katere hotele, lokale, transport itd. bodo uporabljali turisti. Vendar pa so v nekaterih državah v veliki meri nadzorovani s strani vlade, ki jih (poleg tujih turističnih akterjev) omejuje pri njihovih odločitvah. Na spremembe v oblikah turizma pa lahko bistveno vplivajo tudi letalske družbe, ministrstvo za turizem, vlade, mediji. (Goldstein 2002)

S tem ko odgovorni turizem razumemo kot gibanje, ki zajema specializirane oblike turizma kot tudi masovni turizem, se le-ta razlikuje od podobnih konceptov, kot je npr. ekoturizem. Odgovorni turizem zahteva od vseh sodelujočih, da si prizadevajo za čim večjo odgovornost in da so specifični glede svojih zahtev. (Goodwin 2002) Vsako potovanje namreč pomeni kratkotrajno poseganje v okolje drugih ljudi. Posameznikova odločitev je, kako se bo obnašal v tem okolju. Pri tem mora upoštevati, da je njegova edinstvena izkušnja hkrati za nekoga drugega, na primer delavca v turistični industriji ali lokalnega prebivalca, monotona, rutinska in pogosto nadležna izkušnja. (Goodwin 2002) Največja prednost odgovornega turizma leži v njegovi raznovrstnosti – načinov, kako je nekdo lahko odgovoren in ima pozitiven vpliv, je ogromno. Odgovorni turizem je tako oblika turizma, ki lahko pusti vse sodelujoče srečne. (Goodwin 2002, 31-32)

4.2.1 O ODGOVORNEM TURIZMU V SLOVENIJI

Ideje o trajnostnem, eko in odgovornem turizmu so tudi v slovenskem prostoru vedno bolj prisotne. Predvsem turistična ponudba na slovenskih tleh se razvija v smeri trajnostnega in odgovornega turizma. Mag. Dimitrij Piciga, direktor Slovenske turistične organizacije (STO), ugotavlja, da gredo globalni trendi v smeri okolju prijaznega turizma. (v Šket 2009, 12) Ekoturizem postaja v globalnem svetu standard, kar pomeni, da turisti za isti denar pričakujejo več in da država brez ponudbe takšnega turizma ne bo več konkurenčna na globalnem trgu. (v Šket 2009, 15) Ker vidi prednost Slovenije v primerjavi z drugimi državami v njeni naravi, pravi, da se moramo v prihodnje osredotočiti na kakovost zraka ter naravnega okolja in na varnost turistov. Pravi: »Pred desetletjem se ni zdelo, da bodo to ključni dejavniki, zdaj so ob vseh globalnih izzivih, ki jih prinaša skrb za okolje, vsako leto bolj v ospredju.« (v Šket 2009, 12) Na prihodnost

turizma v Sloveniji direktor STO gleda pozitivno, saj meni, da ima Slovenija nekatere lastnosti (kot so majhne razdalje, enostavna dostopnost ter neokrnjena narava), ki bodo v prihodnosti igrale pomembno vlogo pri konkuriranju na turističnem trgu. (v Šket 2009, 12) Vseeno meni, da zaenkrat nobene slovenske regije kot celote še ne moremo označiti za eko. (v Šket 2009, 15)

Iz razmišljanja mag. Picige je očitno, da se zaveda procesov, ki se dogajajo v današnji družbi. Zaveda se, da trendi v smeri okolju prijaznega turizma dobivajo globalne razsežnosti, kar neizogibno vodi do širjenja univerzalnih standardov in nevarnosti homogenizacije različnih turističnih krajev, hkrati pa pomeni tudi večjo konkurenco znotraj turistične industrije. Čeprav mora Slovenija slediti globalnim standardom, če želi (p)ostati aktualna turistična destinacija, mora hkrati težiti k svoji individualnosti in izpostaviti svoje prednosti, če želi konkurirati drugim krajem.

Seveda je pomembno, da odgovorno ravnajo tudi organizacije in turistične agencije, prek katerih slovenski državljani potujejo v tujino. Janez Pergar, predsednik upravnega odbora enega izmed vodilnih turističnih podjetij v Sloveniji, Kompas d.d., se zaveda, da so nekatere oblike turizma, predvsem množični turizem, »do narave manj prijazne, neredko preveč agresivne in včasih tudi škodljive«. (2009) Čeprav v Kompasu kljub temu prodajajo potovanja in počitnice na destinacije z množičnim turizmom, Pergar pravi, da izbirajo lokacije in hotele, ki so bližje okusu njihovih »okoljsko po navadi zelo osveščenih gostov«. (2009) Poleg programov za množične destinacije pa ponujajo tudi programe, ki so okoljsko naravnani. Poleg tega imajo v podjetju »program, ki je prijazen do okolja«, saj pri zaposlenih in pri vodnikih vzpodbujajo pozitiven odnos do okolja. (2009)

V Sloveniji deluje tudi Zavod Voluntariat, organizacija za mednarodno prostovoljno delo, ki je del mednarodne mirovniške organizacije in gibanja Service Civil International (SCI). Voluntariat je neprofitna, nevladna organizacija, ki organizira mednarodne prostovoljne delovne tabore, dolgoročne prostovoljne projekte v tujini, seminarje, treninge za prostovoljce in podobno. Organizirajo torej tudi t. i. volunturizem – kombinacijo potovanja in prostovoljnega dela. Čeprav se sami ne predstavljajo kot turistična agencija, se Urška Hartman, v. d. direktorja Voluntariata, strinja, da mednarodni prostovoljni tabori, na katere pošiljajo posameznike, predstavljajo neko

obliko odgovornega turizma. Odgovornost takšnih potovanj se po njenem mnenju izraža predvsem v dejstvu, da posamezniki, ki gredo na tak tabor, ne gredo na destinacijo le nekaj iskat, ampak s pomočjo lokalnemu prebivalstvu tudi sami nekaj prinesejo destinaciji. (Hartman 2009) Odgovornost mednarodnih prostovoljnih taborov se po mnenju Hartmanove izraža tudi v tem, da organizacija preko posebnega projekta znotraj SCI-jeve mreže spodbuja prostovoljce, da že potujejo odgovorno – da se torej poslužujejo ekološko bolj prijaznega transporta (samo potovanje na tabor si mora namreč prostovoljec zorganizirati sam). Na splošno meni, da so vse organizacije, ki sodelujejo pri organizaciji taborov, osveščene glede odgovornosti do družbenega in naravnega okolja. Preden lahko neka organizacija postane del SCI-jeve mreže, se namreč na različne načine preveri, kako resna je glede družbene in okoljske odgovornosti in v kolikšni meri ustreza standardom, ki veljajo za vse sodelujoče organizacije. Voluntariat spremlja tudi odzive prostovoljcev po njihovi vrnitvi domov. S pomočjo evalvacijskih srečanj in vprašalnikov ugotavljajo, s čim so bili prostovoljci zadovoljni in s čim ne. Hartmanova pravi, da jim informacije o izkušnjah in željah prostovoljcev služijo predvsem pri nadaljnjem delu, saj tako zvejo, na katerih področjih morajo kaj spremeniti, poleg tega pa so mnenja prostovoljcev pogosto koristna tudi pri organizaciji taborov v Sloveniji. Če ugotovijo, da je na določenem taboru prišlo do kakšnih večjih kršitev oziroma da tabor ni ustrezal standardom, določenim s strani SCI-ja, to sporočijo na letnem srečanju SCI-jeve mreže. Vsako leto pa na podlagi evalvacijskih vprašalnikov naredijo tudi statistiko, s katero ugotavljajo, ali zadovoljstvo s tabori oziroma kvaliteta taborov narašča ali pada. (Hartman 2009) »Naš cilj je, da prostovoljci, [po tem] ko dobijo eno tako izkušnjo, nadaljujejo. Da nekako naprej sodelujejo, da organizirajo kaj z nami ali pa sami, karkoli, samo da se [njihovo odgovorno delovanje] ne prekine. Da ni to samo en izlet, en turistični »Letos bomo pa tako preživeli počitnice!«, ampak da, če se že odločajo za ta način [potovanja], nekaj naredijo iz tega.« (Hartman 2009) Hartmanova je prepričana, da sodelovanje na taboru in s tem malce drugačna izkušnja potovanja vsekakor naredi posameznika bolj odgovornega tudi v vsakdanjem življenju in cilj Voluntariata je ravno to, da bi bilo prostovoljcev, ki nadaljujejo z odgovornim vedenjem tudi po koncu tabora, čim več. (2009)

Kratkoročni mednarodni prostovoljni tabori so tipičen primer »občasnih prostorskih agregatov«, ki so posledica izgubljanja pomena delitev na lokalno in globalno. Stroškovno- in časovno-prostorska konvergenca ter obstoj večravenskih omrežij (v tem

primeru SCI) omogočajo posameznikom iz vseh koncev sveta, da za krajši čas stopijo v neposredno interakcijo drug z drugim. Gre za raznolike posameznike s podobnimi interesi – tabora se udeležijo z namenom reševanja določenega lokalnega problema in z namenom pridobivanja različnih izkušenj. Na taboru se prepletajo značilnosti lokalnega in globalnega, saj vsak prostovoljec ohranja značilnosti, ki izhajajo iz njegovega domačega okolja, hkrati pa se vsi skupaj angažirajo pri reševanju določenega problema v kraju, ki ni njihov domači kraj. Značilnost taborov je torej tudi neposrednost, v kateri leži potencial turizma, o katerem je bilo govora v poglavju o vplivih turizma in ki ga izpostavlja tudi Hartmanova – njegovo omogočanje neposrednega stika posameznikov in posledičnega ustvarjanja lastnega spoznanja o svetu in zatiranja predsodkov.

Tudi Slovenija se torej zaveda globalnega trenda razvoja turizma v smeri bolj odgovornih oblik. »Okoljske naravnosti« potovalnih programov, o katerih govori gospod Pergar, sicer ne moremo enačiti z odgovornostjo do okolja. Prav tako tudi poudarek, da v turistični agenciji Kompas vedno sledijo željam kupcev, pa čeprav so ti okoljsko ozaveščeni, ni nujno pozitiven, saj bolj izraža pripravljenost podjetja, da svojo ponudbo uskladi s povpraševanjem na trgu, ne glede na to, ali je to v prid ohranjanju družbenega in naravnega okolja ali ne. Postavlja se torej vprašanje, o katerem piše Holden – ali je skrb za okolje, ki jo kaže podjetje, zgolj marketinška poteza ali pa pomeni dejansko, pristno prepričanje o pomembnosti odgovornosti do okolja. (2006, 123) Poleg tega je tudi ponudba Zavoda Voluntariat v slovenskem prostoru bolj izjema kot ne (nekatero agencije, na primer Študentska potovalna agencija (STA Ljubljana), sicer ponujajo prostovoljno delo v tujini, vendar s precej večjim poudarkom na izkušnji turista ter v zameno za visoko plačilo). Vendar pa je ponudba odgovornih turističnih storitev v Sloveniji vedno večja (glej na primer: Društvo za spodbujanje razvoja ekološkega turizma 2009, Maya, turistična agencija, Turistična kmetija Logar), poleg tega pa tudi za turizem odgovorne organizacije v Sloveniji vedno pogosteje sodelujejo v programih in projektih za razvoj odgovornega turizma (glej na primer: STO 2009, Vlada RS, Ministrstvo za gospodarstvo 2009). Bistveno je, da na strani organizatorjev potovanj, ponudnikov turističnih storitev ter organizacij, ki se ukvarjajo z razvojem turizma v Sloveniji, vsaj obstaja zavest o prednostih odgovornega turizma ter o pomembnosti razvoja turizma v tej smeri. Če temu dodamo še dejstvo, da odgovorni turizem postaja standard, ki ga vedno bolj zahteva povpraševalska stran, lahko rečemo, da je njegov razvoj v Sloveniji vsaj na dobri poti.

4.3 MOTIVACIJE ZA ODGOVORNI TURIZEM

Zakaj pa se pri posameznikih sploh pojavi želja po bolj odgovornem turizmu? Eden izmed razlogov je proces individualizacije. S tem ko posamezniki postajajo vedno bolj individualizirani, hkrati tudi vsi spoštujejo etiko individualizma, vsi si torej delijo pogled na vrednost individualne avtonomije. Posamezniki v današnji družbi imajo torej točno določeno podobo o tem, kakšni želijo biti, in tako težijo k čim večji individualnosti in avtonomiji, saj si želijo biti drugačni od ostalih in od njih neodvisni. (Smith in Duffy 2003) Vedno manj so določeni s strani teritorialne pripadnosti. Posledica tega je, da prevzemajo vedno več odgovornosti za lastno etično izobrazbo in oblikovanje svojega karakterja. Veliko posameznikov stremi k srečnemu, polnemu življenju in maksimiziranju lastnega potenciala, ki ga imajo kot človeška bitja. Odločijo se, da bodo v svojem življenju prek samorefleksije oblikovali svojo osebnost, in sicer z namenom približevanja idealni podobi krepostne, poštene in uspešne osebe. Eden izmed načinov doseganja tega cilja je odgovorno in primerno delovanje v odnosu do drugih, torej družbeno odgovorno vedenje. (Smith in Duffy 2003)

V preteklosti je posameznik oblikoval svojo identiteto predvsem v okviru proizvodnje oziroma dela, razreda, kateremu je pripadal, in v okviru prilagajanja družbenim normam. (Butcher 2003; Holden 2006) Danes je turizem dostopen pripadnikom različnih družbenih razredov, posameznik pa razvija razumevanje sebe na podlagi lastnega potrošništva. Oblikovanje identitete na podlagi potrošnje implicira idejo svobode posameznika – svobode pri oblikovanju in eksperimentiranju z lastno identiteto (Butcher 2003) – in torej vedno večjo stopnjo njegove individualizacije. Poleg tega lahko posamezniki prek potrošnje sodelujejo tudi v družbeni akciji – etični potrošniki lahko spodbudijo družbene spremembe. (Butcher 2003) Prek potrošnje lahko neposredno izražajo svoje želje in zahteve, s čimer avtentično izražajo svojo identiteto. Propad velikih političnih idej je namreč povzročil prepad med posamezniki in njihovimi vladami. Posamezniki se tako počutijo odtujene od institucij vlade in se poslužujejo bolj individualnih oblik politike, tj. potrošniške politike, kar je očiten izraz zblíževanja ravni v sistemu današnje družbe. Kot potrošniki naj bi posamezniki imeli svobodo pri izvajanju svojih odločitev z namenom doseganja boljšega sveta. Kako vidimo sebe v odnosu do drugih in do širše družbe, torej vedno bolj temelji na potrošnji. (Butcher 2003)

K oblikovanju posameznikove identitete torej v veliki meri prispevajo tudi njegove izbire na področju turizma, saj je, kot rečeno, ena glavnih motivacij za turizem izpolnjevanje potrebe po samouresničevanju in razvoju. S tem, ko se posameznik odloča za in sodeluje v različnih oblikah turizma, hkrati gradi svojo identiteto in družbi pošilja določeno sporočilo o sebi. Posameznikovo potovanje sporoča marsikaj o njem – kakšen je njegov karakter, koliko je prilagodljiv in rahločuten ter podobno. Turizem torej daje posamezniku možnost, da se razlikuje od ostalih. (Mowforth in Munt v Holden 2006, 51)

Sicer pa je zahodna civilizacija od nekdaj razumela turizem kot proces, ki prispeva k posameznikovemu boljšemu razumevanju sveta, in kot proces, ki oblikuje posameznikov karakter, in sicer v pozitivnem smislu. (Smith in Duffy 2003) Že v preteklosti se je torej pokazal potencial turizma, ki pa se je s pojavom globalizacije povečal, hkrati pa tudi izgubil pod kritikami negativnih vplivov turizma. S tem, ko posameznik srečuje druge kulture, ljudi in okolja in kasneje uporablja njihove znake, simbole in artefakte, gradi svojo novo identiteto in postaja nekakšen kulturni brikolaž, hkrati pa postaja tudi »boljši« človek. (Holden 2006; Smith in Duffy 2003) Ideja oblikovanja posameznikovega karakterja je namreč povezana z idejo ločevanja posameznika od njegovega vsakdana (kar je eden osnovnih motivov turizma – eskapizem) in idejo individualnega truda in moči volje. Smith in Duffyjeva pri tem poudarjata prav individualnost posameznika, saj menita, da v nasprotju z njim masovni turisti ne kažejo nikakršnega zanimanja za oblikovanje lastnega moralnega karakterja, ampak zgolj za užitek. (2003, 47–50)

Pojav volunturizma oziroma povezovanja dela in počitnic je dober primer povezanosti lastnega oblikovanja posameznikove identitete in potovanja. To prepletanje počitnic in prostovoljnega dela odseva idejo, kako posamezniki v modernih družbah oblikujejo in potrjujejo svoje identitete. Smith in Duffyjeva navajata rezultate intervjujev s takšnimi prostovoljci, ki jasno kažejo na to, da se posamezniki udeležujejo takšnih vrst turizma tako z namenom pomoči pri ohranjanju ali razvijanju okolja, kot tudi z namenom učenja o samem sebi. (2003, 50–51) Tudi Urška Hartman, v. d. direktorja Zavoda Voluntariat, ugotavlja, da so motivacije, na podlagi katerih se posamezniki odločijo za prostovoljno delo na mednarodnih taborih, zelo raznolike. Nekateri se udeležijo tabora, da bi spoznali ljudi iz različnih držav, tako izboljšali znanje tujega jezika, nekaterim mednarodni tabori

predstavljajo obliko poceni počitnic,³³ nekateri si želijo le zabave, nekateri želijo boljše spoznati določeno problematiko, drugi pa se za to odločijo, ker imajo občutek, da morajo »nekaj narediti za ta svet«. (Hartman 2009, prostovoljka I 2009, prostovoljec II 2009, prostovoljka III 2009) Prostovoljka, ki se je prek Voluntariata udeležila že dveh taborov, na vprašanje, zakaj sploh iti na tak tabor, odgovarja: »Zaradi občutka, ki ga dobiš kot prostovoljec! Ko se zagledaš v dokončan projekt, ... se zaveš, da si nekemu pomagal, naredil nekaj dobrega za neko družbo in da ljudje to cenijo. Morda se bo ravno zaradi stvari, ki jo narediš ti, nek drug posameznik odloči, da naredi nekaj dobrega.« (prostovoljka I 2009) Posamezniki, ki se odločijo za odgovorni turizem, imajo navadno za to več motivov, žene jih torej tako lastna korist kot koristi, ki jih imajo od njihovega potovanja drugi ljudje.

Butcher, kritik odgovornega turizma, vidi razloge, zaradi katerih se posamezniki odločajo za odgovorni turizem, v njihovem razumevanju kulture. Meni, da so novi moralni turisti kritični do lastne kulture. Svojo osebnost in individualnost iščejo na različnih destinacijah. Oddih od vsakdanje modernosti si predstavljajo kot začasno poglobljanje v kulturo, ki se jim zdi manj onesnažena s strani moderne družbe. (2003, 78, 81–91) S tem poudarjajo in kritizirajo negativne vidike globalizacije. Moralni turisti prihajajo iz kultur, ki so zaradi družbenega razvoja doživele precejšnje spremembe, zato ni nenavadno, da manj razvita območja, kamor navadno potujejo, vidijo kot »nepokvarjena« in vredna ohranjanja. (Butcher 2003) Kulture manj razvitega sveta pogosto interpretirajo kot pristne, kot da obstajajo v izolaciji od preostalega sveta. (Holden 2006) Poleg tega posamezniki manj razvite kraje pogosto povezujejo s preteklostjo, ki pa je bolj avtentična, kot njihova sedanjost. Del posameznikovega samoodkrivanja je iskanje avtentičnosti, ki jo iščejo v gostiteljskih kulturah, ki naj bi še imele nekaj, kar je njihova kultura že izgubila, to je občutek skupnosti, duhovnosti in povezanosti z naravo. Preteklost privlači posameznika zato, ker se v današnji družbi počuti negotovega in ker ni optimističen glede prihodnosti, preteklost pa mu predstavlja vir udobja v negotovem svetu. Poleg tega novi moralni turisti predpostavljajo tudi razlike med kulturami in težijo k ohranjanju kulturnih razlik. Gostitelje vidijo kot »druge«, kot bistveno drugačne od njih, njihovo kulturo pa takšno, kot je bila nekdanj njihova, pred modernizacijo in

³³ Kot rečeno, je Zavod Voluntariat neprofitna organizacija. Prostovoljci tako plačajo le prijavnino na tabor ter potne stroške, ne plačajo pa prenočišča in prehrane, zaradi česar je celotno potovanje navadno cenejše, kot če bi se odpravili na »navaden« dopust.

potrošništvom, kar pomeni, da se lahko od nje veliko naučijo. Butcher tako meni, da je novi moralni turizem del posameznikovega iskanja lastne osebnosti in identitete, kar je posledica pomanjkanja dogovorjenih norm v svetu in mnogih dvomov, s katerimi se dandanes srečuje posameznik. (2003, 78, 81–91) Butcher torej meni, da se novi moralni turisti upirajo homogenizaciji kultur in da najboljše pogoje za oblikovanje svoje identitete vidijo v manj razvitih družbah, s čimer poudarjajo svoj izrazito negativni pogled na procese, ki se dogajajo v globalizirani družbi, in pogosto ne opazijo potencialov, ki jih ta prinaša.

Ali se bo posameznik odločil za odgovorni turizem, je odvisno tudi od njegovega dojemanja oziroma interpretacije okolja. Interpretacija je proces, ko se posamezniku razlaga pomembnost določenega kraja in kulture tamkajšnjih prebivalcev. Interpretacija torej vpliva na posameznikovo dojemanje destinacije. Pojem pa se nanaša tudi na javno okoljsko izobrazbo in komunikacijo z obiskovalci prek množice medijev, kot so vodiči, centri za obiskovalce, brošure ... (Pearce 2007) Pravilna komunikacija in interpretacija okolja prispevata k boljši izkušnji turista, k zbujanju njegovega zanimanja za okolje, pa tudi k spremembam turistovega vedenja, ki ima vpliv na okolje. (Holden 2006) Izobrazba torej igra pomembno vlogo pri vseh oblikah odgovornega turizma, saj se le prek nje odgovornost v turizmu lahko širi in razvija. V Zavodu Voluntariat igra izobraževanje prostovoljcev o delu mreže SCI in njenih vrednotah ter poslanstvu pomembno vlogo, in sicer tako na taborih, ki jih organizirajo v Sloveniji, kot pri pošiljanju prostovoljcev v tujino. Ker, kot pravi Hartmanova: »kljub temu da se vsi prostovoljci prijavijo [na tabore] prek naše mreže, to ne pomeni, da kaj vedo o tej mreži. Tako da jim predstavimo celoten okvir, celotno delovanje in vse poante – zakaj so sploh ti tabori pomembni, kakšen vpliv imajo na neko lokalno skupnost, pa tudi širše, globalno in koliko je tega v bistvu po svetu.« (2009) Ugotavlja, da večina prostovoljcev, preden se udeležijo pripravljalnega seminarja za tabor ali tabora samega, o teh stvareh ne ve ničesar. Vsekakor pa je takšno izobraževanje pomembno, saj prispeva k večji pripravljenosti prostovoljcev, da s prostovoljnimi delom in odgovornim delovanjem nadaljujejo tudi doma, v vsakdanjem življenju. (Hartman 2009) Hkrati se z izvajanjem določenega tabora izobražuje oziroma osvešča tudi širšo javnost. Pogosto se zgodi, da je ravno to glavni namen tabora. (prostovoljec II 2009)

Posameznik ima pred potovanjem sicer določeno predstavo o potovanju in destinaciji, vendar je, ko se znajde tam, od njega samega odvisno, kako bo ravnal. Svoje potovanje lahko interpretira na mnogo različnih načinov. (Pearce 2007) Če posameznik okolje dojema kot sebi zunanega, se pravi kot ločenega od njega samega, in je malo ali sploh ni čustveno navezan nanj, se po vsej verjetnosti neprimerno vede in je tako njegov negativen vpliv na okolje velik. (Holden 2006) Proshansky meni, da sodobna družba s kapitalizmom na čelu spodbuja posameznika, da dojema okolje kot nekaj njemu zunanjega. V turizmu se to kaže v dejavnostih, ki vključujejo težnje po nadvladi narave in izkoriščanju le-te z namenom zadovoljevanja lastnih potreb. (v Holden 2006, 77) Takšni posamezniki nimajo občutka medsebojne povezanosti, povezanosti s preostalim svetom in so v tem smislu manj globalno integrirani. Nekateri turisti celo razumejo počitnice kot čas, ko se jim ni treba držati različnih moralnih načel, ki se jih držijo doma. Posledica je neprimerno vedenje, kot je zabavanje na račun drugih, prekomerno popivanje ali drogiranje in podobno. (Smit in Duffy 2003) Ker se ne nahajajo v domačem okolju, čutijo manjšo odgovornost do okolja. Če pa se posameznik počuti povezanega z okoljem, je pogosto tudi pripravljen delovati v smeri ohranjanja okolja. (Holden 2006) Ker uspešno interpretira okolje, daje večjo vrednost destinaciji in promovira ohranjanje le-te, poleg tega pa je tudi sam deležen bolj pozitivne izkušnje. Od tega, kako posameznik razume okolje, v katerem se nahaja, je torej odvisno, ali z njim ravna odgovorno ali ne. (Pearce 2007) Vedno pogostejša opozorila glede negativnih učinkov globalizacije ter zavedanje ljudi, da se nahajamo v obdobju, ko so vsi deli sveta povezani in ko lahko neodgovorno ravnanje na enem koncu vodi do negativnih posledic na popolnoma drugem koncu sveta, omogoča dejstvo, da se nekateri posamezniki tudi na počitnicah, torej v tujem, nedomačem okolju, počutijo odgovorne do le-tega. Vendar pa Pearce opozarja, da še ni popolnoma jasno, ali kvalitetna interpretacija povzroča dolgoročne spremembe vedenja posameznikov, ki bi služile splošnemu ohranjanju planeta. (Pearce 2007)

Kako odgovorno se bo posameznik vedel do okolja na destinaciji ter do gostiteljske skupnosti, je odvisno tudi od ravni njegove izkušnosti. (Pearce 2007) Kot rečeno, sta interakcija z gostiteljsko skupnostjo in stik z naravo bolj značilna za posameznike z več potovalnimi izkušnjami. Pearce razume izkušnost kot znanje, kako delovati ali se odzivati v medkulturni situaciji, ter fizične sposobnosti. Če se posamezniku zdi, da je neprimeren ali nepripravljen za sodelovanje v določeni turistični aktivnosti (na primer za spoznavanje domačinov), se ji bo izogibal. Pomanjkanje izkušnosti lahko rezultira tudi v

uničevanju okolja (na primer posameznik, ki prihaja iz toplega okolja, bo manj ekonomičen pri varčevanju z energijo v mrzlem okolju destinacije, ali na primer bolj izkušeni potapljači bodo manj verjetno prispevali k uničevanju koral). Izkušnost torej izraža tako fizične sposobnosti kot tudi sposobnosti družbene interakcije. (Pearce 2007) Do odgovornega vedenja turista bo torej bolj verjetno prišlo pri posameznikih, ki imajo izkušnje s potovanji. Pearce tudi opozarja, da se turisti pogosto vedejo neprimerno in ne trajnostno, ne da bi se tega zavedali, torej nenamerno. Takšno vedenje je posledica njihove neizkušnosti ter mentalne in fizične nepripravljenosti na soočanje z določeno situacijo. (2007, 138–139) Te Pearcove ugotovitve se ujemajo z opisom tipičnih lastnosti ekoturista, ki jih navajata Smith in Duffyjeva³⁴. Ugotavljata, da je tipičen ekoturist pripadnik srednjega razreda, dobro izobražen, ima izkušnje s potovanjem v deželah v razvoju, poleg tega pa se ukvarja s skrbjo za okolje. Pripravljen je plačati več za turistične izkušnje, ki so bolj družbeno in kulturno ozaveščene in odgovorne. (2003, 141–142)

4.4 PRIČAKOVANJA IN DEJANSKI UČINEK ODGOVORNEGA TURIZMA

Posamezniki se odločijo za določeno obliko potovanja na podlagi lastnih predstav o destinaciji in pričakovanj o tem, kaj bodo s potovanjem pridobili in dosegli. Selwyn se je lotil obravnave pričakovanj turistov o določeni turistični destinaciji in njeni kulturi in ugotovil, da si posameznik ustvari to predstavo, še preden se odpravi na potovanje. (v Bajuk Senčar 2005, 58) Posameznikova izbira potovanja je posledica vpliva turističnih brošur, mnenj znancev o destinaciji in različnih predstav, ki si jih posameznik ustvari prek medijev. (DeBotton 2003) V globalizirani družbi, za katero je značilno kroženje podob in informacij, je posameznik vedno bolj izpostavljen takšnim vplivom. Tudi Appadurai v svoji obravnavi odvisnosti domišljije oziroma predstave posameznikov in globalnega kroženja medijskih podob prek množičnih medijev ugotavlja, da posameznik na podlagi množice takšnih podob, ki jim je izpostavljen prek medijev, ustvari sliko o svojem življenju oziroma o tem, kaj je mogoče v njegovem življenju. Na podlagi teh podob torej nastajajo sanje, načrti in ambicije posameznikov. Odpirajo jim nove svetove,

³⁴ Smith in Duffyjeva sta opredelila tipične lastnosti ekoturista na podlagi informacij, ki sta jih dobila prek intervjuja s svetovalcem pri Toledo Ecotourism Association, Belize.

možnosti, kakšno bi lahko bilo njihovo življenje, njihovo delo, družinsko življenje, prosti čas (v Bajuk Senčar 2005, 17) ... in počitnice. Glede na to, da v današnji družbi koncepti, kot sta eko in trajnost, vedno bolj postajajo standard in se tako pogosto pojavljajo v različnih medijih, ne preseneča, da vedno več ljudi pri odločitvi glede svojih počitnic upošteva tudi možnost odgovornega turizma.

Tudi DeBotton ugotavlja, da posameznikova izbira potovanja izraža njegovo pojmovanje smisla življenja. Vendar pa so posameznikova pričakovanja glede turistične destinacije pogosto zelo nejasna. (2003, 16–20) Že sama odločitev glede vrste potovanja, destinacije in aktivnosti, ki se jih bo posameznik tam udeležil, temelji na podlagi njegove predstave in lastnih pričakovanj o destinaciji. Posameznik torej izbira točno določen produkt, le da tega nima pred očmi, ko ga izbira, kar prinaša precejšnje mero nejasnosti. (Pearce 2007) Ob odhodu ima posameznik torej določena pričakovanja, ki pa vplivajo tudi na to, kako kasneje doživlja svoje potovanje. (Selwyn v Bajuk Senčar 2005, 58) Pomembno pa je, da so turistova pričakovanja oblikovana zunaj dejanskega odnosa med njim in gostiteljem³⁵ in je torej pri analizi teh pričakovanj treba upoštevati tudi druge dejavnike in akterje, ki vplivajo na njih. (Bajuk Senčar 2005)

Ne glede na to, kako si posameznik predstavlja bodoče potovanje in kaj od njega pričakuje, pa DeBotton ugotavlja, da na koncu ni resnično potovanje nikoli takšno, kot si ga je posameznik predstavljal, še več – pogosto posameznika celo razočara. (2003, 16–20) Ljudje si torej pred samim potovanjem oblikujejo predstavo o tem, kakšna bo njihova izkušnja. Ta predstava pa je po navadi idealizirana in pogojena s strani kulture, iz katere posameznik prihaja. Tako je možno sklepati, da so tudi pričakovanja odgovornega turista o njegovem (ne)vplivu na okolje pretirana.

Danes so turisti, kot rečeno, bolj ali manj izpostavljeni pozivom k bolj odgovornemu turizmu in se udeležujejo cele palete različnih turističnih potovanj oziroma počitnic – od klasičnih počitnic v smislu masovnega turizma do bolj specializiranih programov, saj je pojem odgovornega turizma združljiv tako s prvimi, kot z drugimi. Zaradi velike

³⁵ To lahko kasneje, na sami destinaciji, povzroči različna nesoglasja ali konflikte med gostitelji in turisti. Zato je pomembno (kot je razloženo v prejšnjem poglavju), da se turiste informira, izобрази o tem, kaj lahko pričakujejo, da dobijo čim bolj točno sliko situacije, ki jih čaka na potovanju. Le tako je lahko odgovorni turizem uspešen. Več o tem v nadaljevanju poglavja, na primeru Zavoda Voluntariat in njihovih pripravljalnih taborov.

raznolikosti oblik odgovornega turizma in nejasnosti glede njihovih definicij je mogoče pričakovati, da se tudi pričakovanja posameznikov glede vpliva njihovih potovanj močno razlikujejo. Ta raznolikost pričakovanj turistov glede njihovega odgovornega potovanja in različni dejanski vplivi odgovornega turizma pa niso presenetljivi, če upoštevamo dejstvo, da raznolikost leži v samem jedru koncepta odgovornega turizma. (Goodwin 2002) Ker je težko posploševati, kakšen je dejanski vpliv odgovornega turizma, je le-tega bolj primerno ugotavljati za točno določeno situacijo, recimo na primeru organizacije, ki ponuja potovanja v kombinaciji s prostovoljnim delom.

4.4.1 PRIMER ZAVODA VOLUNTARIAT

Urška Hartman z Zavoda Voluntariat je mnenja, da je pričakovanja posameznikov, ki se odločijo za sodelovanje na mednarodnem taboru, težko posploševati. Pravi, da čeprav se zgodi tudi to, da so pričakovanja prevelika, da nekdo torej pričakuje, da bo lahko z delom na taboru »rešil svet«, večina prostovoljcev vseeno nima tega občutka. Pri večini gre bolj za ugotovitev, za osebno zavedanje, da lahko tudi z neko majhno stvarjo, ki jo naredijo, dosežejo neko spremembo.³⁶ Če pa kdo meni, da lahko in pričakuje, da bo dosegel neko večjo spremembo, pa se po navadi odloči za dolgoročne projekte, ki trajajo več mesecev, dodaja Hartmanova. (2009) Gre torej za posameznikovo zavedanje lastne avtonomije, lastne zmožnosti izražanja svojih prepričanj in neposrednega prispevanja k reševanju določenega problema.

Da bi se v čim večji meri izognili nesporazumom in razočaranjem na taborih, na Voluntariatu za vse prostovoljce organizirajo tudi pripravljalne seminarje. Prostovoljčeva pričakovanja se tako oblikujejo tudi na podlagi teh seminarjev, kjer mora dobiti čim več točnih informacij o poteku tabora in o tem, kaj lahko od te izkušnje pričakuje. Poleg tega je namen pripravljalnih seminarjev tudi ta, da se prostovoljca pripravi na novo okolje in se ga nauči, kako se tam odgovorno obnašati. Kot pravi Hartmanova, je cilj pripravljalnih seminarjev, da se prostovoljci kasneje na taboru »obnašajo odgovorno, da ne gredo tja in si mislijo: 'Zdaj mi morate biti pa neznansko hvaležni, ker vam 14 dni pomagam!', ampak da se zavedajo koristi, ki jih imajo oni, in koristi, ki jih ima ta lokalna skupnost zaradi

³⁶ Gre za primer push faktorja, ki je najprej potreben, da se posameznik sploh odloči za potovanje – impulz, ki sproži to odločitev, je posameznikova ugotovitev, da lahko sam doseže določeno spremembo.

njih, in da gre tu za vzajemnost«. (2009) Pripravljalni seminarji so torej med drugim namenjeni tudi oblikovanju pričakovanj bodočih prostovoljcev, na kar kažejo tudi podatki iz evalvacije izkušenj s tabori v letu 2008,³⁷ ki jo je opravil Zavod Voluntariat – 23-im prostovoljcem od 28-ih, ki so se udeležili pripravljalnega seminarja in so sodelovali v evalvacijski anketi, se je seminar zdel koristen. Med temi jih je 14 izjavilo, da so s pomočjo seminarja omilili svoja prevelika pričakovanja ali si sploh oblikovali pričakovanja o taboru. (Zavod Voluntariat 2009)

Primer prostovoljcev, ki potujejo prek Zavoda Voluntariat, sicer sovпада z DeBottonovo ugotovitvijo, da potovanje nikoli ni takšno, kot si ga posameznik prej predstavlja. Hartmanova na podlagi evalvacijskih srečanj, ki jih organizirajo za vse prostovoljce po končani sezoni taborov, ugotavlja, da ne glede na to, na podlagi kakšnih motivacij se posamezniki odpravijo na tabor, se pri večini izkaže, da »so pričakovali eno, doživeli pa so nekaj drugega«. (2009) Tako je v letu 2008 33 od 48 prostovoljcev, ki so izpolnili evalvacijski vprašalnik, dejalo, da sta dejansko dogajanje in izvedba tabora odstopala od njihovih pričakovanj. Od tega jih je 11 poudarilo, da je bilo na taboru še boljše, kot so pričakovali, da bo, 14 jih je izjavilo, da so pričakovali drugačno delo in več organizacije (med temi so se trije pritožili, da so delali premalo ali da na taboru niso živeli okolju prijazno), 8 prostovoljcev pa ni navedlo, v čem je tabor odstopal od njihovih pričakovanj.³⁸ (Zavod Voluntariat 2009) Vseeno so le redki Voluntariatovi prostovoljci nad celotno izkušnjo tabora razočarani. Ravno nasprotno – večina je po koncu tabora zadovoljnih in nemalo je takih, ki pravijo, da je tabor presegel njihova pričakovanja. Hartmanova o tem pravi: »V glavnem je torej tako, da gredo z zelo različnimi nameni, ampak na koncu so zadovoljni. Saj vsi niso, no, zmeraj se najde vmes kakšen, ki ni nič od tam odnesel, ki je zelo negativno sprejel to izkušnjo. Ampak izjeme so zmeraj. Če pošljemo [na tabore] na leto okoli 130 ljudi, je vmes seveda nekaj takih, ki odstopajo od tega.« (2009) Prostovoljka, ki v tem primeru ni izjema, pa na vprašanje, ali je tabor dosegel njena pričakovanja, ki jih je imela pred odhodom, odgovarja: »Ja, jih je dosegel. V resnici jih je presegel. Res je pustil močan vtis name. Je pa mogoče to tudi zato, ker nisem imela velikih pričakovanj. Sem si rekla le 'pač grem!'.« (prostovoljka I 2009) Da

³⁷ Zavod Voluntariat je leta 2008 na tabore poslal 115 prostovoljcev. Po koncu taborov so vse prostovoljce prosili, da izpolnijo evalvacijski vprašalnik, prejeli pa so 48 izpolnjenih vprašalnikov.

³⁸ Da bo bolj jasno, na kakšni podlagi so prostovoljci gradili svoja pričakovanja: 26 jih je izjavilo, da so za Voluntariat izvedeli od prijateljev, 13 z njihove spletne strani, osem iz medijev, ostali pa so za tabore izvedeli prek drugih virov (možnih je bilo več odgovorov). (Zavod Voluntariat 2009).

mного prostovoljcev nima velikih pričakovanj predvsem glede dela, ki ga opravljajo na taboru, opaža tudi Hartmanova. Pravi, da se še na evalvacijskih srečanjih pogosto izkaže, da veliko prostovoljcev sploh ne razmišlja o tem, koliko so pomagali lokalni skupnosti. »Niso torej razmišljali o tem, komu pomagamo in zakaj. Važno, da smo bili tam, da smo imeli neko delo, da se nam je zdelo, da nekaj koristnega pa že delamo. Komu pomagamo in tako širše, pa niso razmišljali.« (Hartman 2009) To je značilno predvsem za prostovoljce, ki se niso udeležili pripravljalnega seminarja in ki med taborom niso bili deležni dodatne izobrazbe o delovanju in namenu Voluntariata in SCI-ja. (Hartman 2009) Razkorak med pričakovanji prostovoljcev in realno situacijo na taborih pa poleg na pomen predhodne izobrazbe kaže tudi na že večkrat poudarjen potencial potovanj – predstave ljudi o svetu so precej bolj realne, če ga izkusijo sami.

Kot rečeno, imajo navadno koristi od nekega odgovornega potovanja tako posamezniki, ki se odpravijo na potovanje, kot lokalna skupnost destinacije, kamor potujejo. To velja tudi za mednarodne prostovoljne tabore, kamor Zavod Voluntariat pošilja prostovoljce. (Hartman 2009) Lokalne skupnosti so deležne brezplačne pomoči na določenem področju, kjer jo potrebujejo, poleg tega pa gre pogosto za izolirane skupnosti oziroma ciljne skupine, ki imajo malo stika s tujci. Tako predstavlja skupina prostovoljcev iz različnih koncev sveta predvsem za mlade v lokalni skupnosti prvi vpogled v svet, hkrati pa ob njihovi prisotnosti lahko krepijo lastno kulturno identiteto. Prostovoljci v lokalni skupnosti pa prispevajo tudi k osveščanju širše javnosti ter k promociji turizma, poleg tega pa z drugačnega zornega kota vidijo probleme, s katerimi se srečuje lokalna skupnost, in lahko tako ponudijo sveže in drugačne ideje za njihovo reševanje. (Hartman 2009, Razpotnik 2006) Po drugi strani prostovoljci z delom pogosto pridobijo življenjsko pomembne izkušnje in nova znanja. Navadijo se skupinskega dela, reševanja konfliktov ter pogosto tudi organizacije, priložnost pa se imajo tudi učiti tujih jezikov. (Razpotnik 2006) Še bolj kot nad novimi znanji pa so prostovoljci pogosto navdušeni nad novimi izkušnjami. Zaradi daljšega stika z lokalnim prebivalstvom pridobijo bolj pristne izkušnje o njihovem življenju, kot pa bi jim jih ponudilo navadno turistično potovanje. (Hartman 2009) Prostovoljci namreč niso le obiskovalci, ampak tudi sodelujejo v vsakdanjem življenju lokalne skupnosti. (Razpotnik 2006) Kot pravi ena izmed prostovoljk: »Dober občutek, ko si sprejet od družbe, od okolice, za katero delaš, poseben občutek gostoljubja s strani vaščanov, tudi zaupanja, pripravljenosti, da delijo stvari s teboj, naredijo izkušnjo zanimivo in posebno.« (prostovoljka I 2009) Poleg tega je kot pozitivne posledice svoje

udeležbe na taboru navedla še poceni nastanitev, spoznavanje ljudi iz drugih držav, pri katerih lahko na prihodnjih potovanjih prespiš, ter vpliv teh novih poznanstev – »nate vplivajo s svojo kulturo ... tako osebnostno rasteš, postaneš bolj odprt, dojemljiv, prilagodljiv, razviješ občutek za skupinsko delo, ustvarjalnost ... z vsakim človekom, ki ga spoznaš, rasteš«. (prostovoljka I 2009) Druga prostovoljka pa je poudarila predvsem izobraževalno vlogo tabora: »[Tabor mi je] odprl nova obzorja. Naučila sem se veliko novega.« (prostovoljka III 2009) Koristi, ki jih imajo prostovoljci od prostovoljnih taborov, so torej očitne. Vseeno pa mora biti po mnenju Hartmanove zadovoljstvo prostovoljca in pozitiven vpliv na njegov osebnostni razvoj stranski produkt celotnega tabora. Prvenstven namen tabora mora namreč biti to, da ima lokalna skupnost (in ne le posameznik ali profitna organizacija!) nekaj od tega. Dejstvo, da bo od sodelovanja pri prostovoljnem delu imel koristi tudi sam prostovoljec, pa je lahko zanj le dodatna motivacija. (Hartman 2009) Tabor torej prostovoljcem in lokalnemu prebivalstvu da možnost bolj enakomernega zблиževanja oziroma vpliva eden na drugega, ki pa je posledično tudi bolj pozitiven. Tako je po eni strani izraz vzajemnosti in medsebojne odvisnosti, po drugi strani pa krepi tako individuacijo lokalne skupnosti kot individuacijo prostovoljcev.

Podatke o koristnosti tabora za prostovoljce pridobiva Voluntariat tudi prek evalvacijskega vprašalnika po končani sezoni taborov. V nadaljevanju so podani podatki, pridobljeni na podlagi evalvacijskih vprašalnikov, ki so jih izpolnjevali prostovoljci, ki so se udeležili taborov v letu 2008. V tem letu je Voluntariat poslal na tabore 115 prostovoljcev, v evalvacijski anketi pa jih je sodelovalo 48. Tabela 4.1 prikazuje, v kolikšni meri je teh 48 prostovoljcev na taborih pridobilo različne koristi.³⁹ Prostovoljci so na lestvici od 1 do 5, kjer 1 predstavlja najmanjšo in 5 največjo vrednost, ocenjevali, koliko koristi so pridobili na določenem področju.

³⁹ Vprašanje se je glasilo: V kolikšni meri si na taboru pridobil/a nova jezikovna znanja/nove izkušnje/nove spretnosti/nova poznanstva/zavedanje in cenjenje kulturne raznolikosti.

Tabela 4.1: Pridobljene koristi na taboru

Pridobljena/e...	Ocena na lestvici od 1 do 5						Povprečna ocena
	1	2	3	4	5	Brez odgovora	
nova jezikovna znanja	3	6	13	12	13	1	3,6
nove izkušnje	0	3	1	11	31	2	4,5
nove spretnosti	1	4	13	11	18	1	3,9
nova poznanstva	0	0	4	10	33	1	4,6
zavedanje in cenjenje kulturne raznolikosti	0	1	2	11	33	1	4,6

Vir: Zavod Voluntariat (2009).

Iz podatkov je razvidno, da se večina koristi prostovoljcev nanaša na nova poznanstva, se pravi na ljudi, ki so jih spoznali na taborih, in na prijateljstva, ki so jih sklenili. Posledica tega je tudi visoka ocena pridobljenega zavedanja kulturne raznolikosti. Kot rečeno, prostovoljci prihajajo iz različnih koncev sveta in iz različnih kultur ter so na taborih tako neposredno soočeni z različnimi navadami, vrednotami in vedenjem. Nekoliko manj koristi pridobijo prostovoljci v smislu novih spretnosti, ki se jih naučijo, in v smislu učenja tujega jezika. Vseeno je iz podatkov očitno, da je povprečna ocena različnih koristi razmeroma visoka, kar pomeni, da so imeli prostovoljci večinoma pozitivne izkušnje s tabori, nanaša pa se na potencial turizma za hkratno zблиževanje različnih kultur in boljše medsebojno razumevanje le-teh.

Poleg bolj splošnih koristi, ki jih prostovoljci dobijo na taborih, pa imajo možnost pridobiti tudi nekatera konkretna znanja. Med novimi znanji in spretnostmi,⁴⁰ ki so jih pridobili prostovoljci na taborih v letu 2008, najbolj izstopajo različne veščine, povezane s konkretnim delom na taboru (na primer delo z ljudmi, fizično delo, vrtnarjenje, delo v kuhinji ...). Kar 27 prostovoljcev je navedlo, da so se naučili takšnih novih veščin. Sledi novo znanje jezika – 15 prostovoljcev je s sodelovanjem na taboru izpopolnjevalo tudi svoje znanje tujih jezikov. 13 prostovoljcev meni, da so se na taboru naučili reševanja konfliktov, timskega dela, večje organiziranosti, potrpežljivosti, odprtosti oziroma boljše

⁴⁰ Prostovoljci so odgovarjali na vprašanje »Katera nova znanja, spretnosti si pridobil/a, utrdila/a na taboru?«, ki je bilo odprtega tipa. Tako je lahko posamezen prostovoljec navedel več različnih znanj, ki jih je pridobil.

komunikacije. Devet prostovoljcev je pridobilo novo znanje o kulturah, hkrati pa so postali tudi bolj odprti za drugačnost. Sedem prostovoljcev pa je pridobilo tudi specifična znanja o določeni temi (na primer o zgodovini, trajnostnem razvoju, nevarnostih turizma, problemih žensk in priseljencev, o AIDS-u, o spiritualizmu ...). Pet prostovoljcev, ki so izpolnjevali evalvacijski vprašalnik, je izjavilo, da niso pridobili novih znanj, oziroma niso odgovorili na vprašanje. (Zavod Voluntariat 2009) Pridobljena znanja in izkušnje, kot so reševanje konfliktov, timsko delo, potrpežljivost, boljša komunikacija in odprtost, so nezanemarljivi produkti takšne oblike odgovornega turizma, ki še posebej izražajo njegov potencial, da prispeva k globalizaciji sveta v bolj pozitivnem smislu.

Prostovoljci so izražali tudi strinjanje z izjavo, da je njihova udeležba na mednarodnem prostovoljnem taboru koristno vplivala na njihov osebni razvoj, in sicer na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni 'sploh ne drži', 5 pa 'popolnoma drži'. Poleg tega so ocenjevali tudi, kolikšno korist bodo zaradi izkušenj s taborom imeli pri zaposlitvi. Tudi to korist so ocenjevali na lestvici od 1 do 5, kjer 1 pomeni 'mislim, da ne bom imel nikakršne koristi', 5 pa 'mislim, da bom imel zelo veliko korist'. Odgovori so prikazani v Tabeli 4.2.

Tabela 4.2: Vpliv udeležbe na taboru na osebni razvoj posameznika in stopnja koristi pri iskanju zaposlitve kot posledica izkušenj s tabora

	Ocena na lestvici od 1 do 5						Povprečna ocena
	1	2	3	4	5	Brez odgovora	
Koristnost udeležbe na taboru za osebni razvoj	1	0	3	13	30	1	4,5
Koristnost izkušenj s tabora pri zaposlitvi	13	8	9	10	7	1	2,8

Vir: Zavod Voluntariat (2009).

Podatki kažejo, da več kot polovica prostovoljcev meni, da je bila udeležba na taboru zelo koristna za njihov osebni razvoj, skoraj nihče pa ni menil, da izkušnja ni bila koristna za njihovo osebno rast. Po drugi strani je dobra četrtina mnenja, da si z izkušnjami s tabora nikakor niso izboljšali možnosti za zaposlitev. Lahko torej rečemo, da je udeležba na taboru za posameznika koristna v smislu izgradnje lastne identitete

oziroma večje individuacije. Ali je dejansko koristna tudi pri pridobivanju zaposlitve, iz teh podatkov ni razvidno, lahko pa rečemo, da večina prostovoljcev bolj dvomi v to kot ne.

V evalvacijskem vprašalniku prostovoljci odgovarjajo tudi na vprašanja o delu, ki so ga opravljali na taboru. Podatki za leto 2008 kažejo, da so prostovoljci v povprečju delali 5 ur in pol na dan. 38 od 48-ih prostovoljcev je menilo, da so v času tabora opravili načrtovano delo, 10 prostovoljcev pa je menilo, da je to delo ostalo nedokončano. V Tabeli 4.3 so podatki, ki kažejo, da je velika večina prostovoljcev delo, ki so ga opravljali na taboru, označila za smiselno in potrebno oziroma zelo smiselno in potrebno. Le štirje posamezniki so bili menja, da je bilo njihovo delo (zelo) nesmiselno in nepotrebno. (Zavod Voluntariat 2009)

Tabela 4.3: Ocena smiselnosti in potrebnosti opravljanega dela

	Ocena na lestvici od 1 do 5						Povprečna ocena
	1	2	3	4	5	Brez odgovora	
Smiselnost in potrebnost dela	2	2	5	16	21	2	4,1

Vir: Zavod Voluntariat (2009).

Iz teh podatkov sicer ne moremo sklepati o tem, v kolikšni meri so mednarodni prostovoljni tabori dejansko koristni za lokalno skupnost. Je pa razvidno, da večina prostovoljcev verjame, da so s svojim delovanjem na nek način koristili družbi in da je bila zato njihova odločitev za takšno obliko potovanja smiselna. Podatek o povprečnem številu ur dela pa kaže na dejstvo, da takšno potovanje vendarle ni v celoti namenjeno dobrodelnosti in pomoči lokalni skupnosti, ampak da ostane veliko časa tudi za to, čemur so bila potovanja od začetka v osnovi namenjena – za zabavo, užitek in učenje.

4.4.2 KRITIKA ODGOVORNEGA TURIZMA

Dejanski učinek odgovornega turizma kritizirajo mnogi avtorji. Čeprav so se alternativne oblike turizma pojavile kot odgovor na vedno bolj negativno podobo klasičnega turizma in kot sredstvo za zmanjševanje negativnih vplivov turistične industrije, mnogi dvomijo v sposobnost le-teh, da zamenjajo masovni turizem kot takšen, ki obstaja danes. (Birkett 2002; Smith in Duffy 2003) Poleg tega mnogi dvomijo o dejanski uspešnosti alternativnega turizma pri zmanjševanju negativnih vplivov in celo menijo, da ima tudi takšen turizem lahko močne negativne posledice. (Smith in Duffy 2003)

Kritiki ekoturizma na primer pravijo, da skupnostim gostiteljicam vsiljuje zahodnjaške vrednote, ne glede na to, kaj sami želijo. (Jenkins 2002) Leech se tako s svojo kritiko osredotoča na ekoturizem in njegovo težnjo k ohranjanju vedno večjih območij in ekosistemov. Meni, da to ne prinaša nikakršne dolgoročne koristi tamkajšnjemu lokalnemu prebivalstvu in njihovem razvoju, saj takšen turizem poleg ohranjanja okolja pomeni tudi izseljevanje ljudi s tega območja, povečan nadzor nad življenji teh ljudi in razvojne sheme, osredotočene zgolj na naravo. Ideja ekoturizma predpostavlja sodelovanje in soglasje glede okoljskih vprašanj med lokalnim prebivalstvom in zagovorniki ekoturizma, ki pa v realnosti pogosto ne obstajata. Potenciali ekoturizma za doseganje razvoja dežel v razvoju so torej dvomljivi. (Leech 2002) Ekoturizem namreč »utrudi odnos lokalne skupnosti z naravo, kar dela razvoj in napredek odvisen od uporabe dostopnega naravnega kapitala, namesto odmikanja stran od zanašanja na naravo ali kmetijstvo«. (Leech 2002, 87) Sicer »ni v osnovi nič narobe s tem, da imajo lokalne skupnosti korist od povečanja dohodkov zaradi tujih obiskovalcev, vendar videti to kot sredstvo, s katerim se lokalne skupnosti razvijajo, medtem ko se hkrati omejuje vsakršen njihov poskus preoblikovanja njihovega realnega družbenega položaja, ni nič drugega kot vsiljevanje primitivizma«. (Leech 2002, 94) Kritiki ekoturizem torej razumejo kot vir zatiranja domačinov in nesporazumov med zahodnimi ekoturisti in domačini. V tem smislu tudi Goldstein kritizira idejo, da naj turisti nikakor ne vplivajo na destinacijo in njeno družbo, ki je značilna za zagovornike ekoturizma, saj takšno »varovanje« lokalne skupnosti v resnici pomeni le zavračanje njihovega napredka. Pravi, da turisti lahko in celo morajo pustiti gostiteljski skupnosti denar, saj lahko le-ta bistveno spremeni njihova življenja in prispeva k njihovem zavedanju pomembnosti in vrednosti turizma. Vseeno

pa Goldstein opozarja, da kadar lokalna skupnost izrazi, da so turisti in turistične organizacije nezaželene, je treba to željo spoštovati. (Goldstein 2002)

Poleg tega mnogi opozarjajo, da je ekoturizem le krinka za interese tistih globalnih korporacij, ki so krive za uničevanje turističnih destinacij v preteklosti, danes pa jim ideja ekoturizma daje priložnost, da se predstavljajo kot odgovorne, čeprav dejansko niso spremenile svojega obnašanja. (Jenkins 2002) Goldstein tako ugotavlja, da so ustanovitelji manjših turističnih organizacij, ki ponujajo različne oblike odgovornega turizma, večinoma premožnejši amaterji, ki jim takšna dejavnost predstavlja hobi ali pa le hitro izboljšanje občutka družbene zavesti. Čeprav jih verjetno dejansko skrbi za okolje in so sposobne doseči neko stopnjo družbene spremembe, pa pritegnejo premajhno število ljudi, da bi dejansko lahko imele učinek, poleg tega pa so stranke takšnih organizacij že izkušeni in odgovorni popotniki in torej ne prispevajo k širjenju ozaveščenosti glede negativnih vplivov turizma. (Goldstein 2002) V tem smislu so problematični tudi predpisi etičnega vedenja turistov, saj se jih velik del turistične industrije poslužuje zgolj z namenom prikazovanja svoje predanosti družbeni odgovornosti, s čimer težijo k samoregulaciji in se izogibajo zunanji zakonodaji. Kot pravita Smith in Duffyjeva: »Vsakdo je lahko etičen, kadar to služi tudi njihovim lastnim interesom, preizkusni kamen pa je vprašanje, kaj se zgodi, ko njih same ali njihovo podjetje izpolnjevanje (prostovoljno izbranih) etičnih pravil lahko stane tudi denarja.« (2003, 89) Sprejemanje etičnih pravil samo po sebi torej še ni zagotovilo odgovornega ravnanja. (Smith in Duffy 2003)

Pearce takšne predpise etičnega vedenja ter različne analize, kot je na primer Swarbrookeova analiza vedenja trajnostnih turistov, problematizira tudi zato, ker pogosto ni nikakršnih dokazov, da bo takšno vedenje dejansko pripomoglo k trajnosti. Tako lahko spoznavanje in sklepanje prijateljstev z lokalnim prebivalstvom preraste v vsiljivost in prestopanje mej zasebnosti ali pa lahko turisti z obiskom držav, ki kršijo človekove pravice, prispevajo k tamkajšnji družbeni spremembi. Poleg tega je pogosto težko soditi, kaj je »prav« in kaj ne, predvsem zaradi razlik med kulturo in navadami turistov in lokalnega prebivalstva. (Pearce 2007) Čeprav so pravila odgovornega vedenja za turiste navadno napisana v zelo strokovnem oziroma birokratskem jeziku, pa njihovo neupoštevanje ne prinese nikakršnih uradnih kazni, saj so redko pravno obvezujoča.

Nekateri avtorji opozarjajo, da je predvsem družbeni in kulturni učinek turistov, ki potujejo posamično, zelo velik, ne glede na njihovo majhno število. (Jones v Goodwin 2002, 18) Ravno nove odgovorne oblike turizma naj bi bile vedno bolj vsiljive in odvisne od gostiteljske skupnosti, saj je ravno gostiteljska kultura njihov cilj. Tudi njihovo vedenje naj bi bilo torej neetično. (Smith in Duffy 2003) Jones na primer meni, da vedenje etičnih turistov bolj odseva zavračanje zahodnega kapitalizma kot pa spoštovanje lokalnih skupnosti ter njihovih tradicij. (v Goodwin 2002, 18) Vendar pa Smith in Duffyjeva opozarjata, da je interakcija med gostitelji in turisti vse prej kot preprosto enosmerno izkoriščanje s strani turistov, saj so gostiteljske kulture pogosto sposobne takšne interakcije s turisti, ki prinaša korist obema stranema. (2003, 120) Čeprav je vpliv turistov na lokalno skupnost pogosto res večji kot vpliv v obratni smeri, pa torej ne moremo v celoti zanikati sposobnosti lokalne skupnosti, da nadzira vpliv turizma in posledične možnosti bolj enakomernega vpliva med njima.

Nekateri avtorji poleg vplivov odgovornega turizma kritizirajo tudi nekatere ideje, na katerih le-ta temelji. Birkettova na primer ugotavlja, da se izgublja pomen osnovnega namena turizma, saj ljudje vedno bolj zaničujejo potovanje zgolj iz užitka in želijo kaznovati tiste posameznike, ki obiskujejo določene dele sveta zgolj zaradi lastnih koristi. (2002, 1–2) Pri tem Goodwin ugotavlja, da ko ljudje opozarjajo, da turisti ne bi smeli obiskovati nekaterih krajev, ker jih uničujejo, pogosto s tem mislijo na druge ljudi in ne na njih same. (2002, 18–19) Birkettova tako meni, da turizem dobiva nove oblike zato, da ga ljudje ne prepoznavajo več kot nekaj popolnoma negativnega. Nemogoče je namreč prisiliti množice ljudi, da kar naenkrat nehajo delati, kar si želijo – da nehajo potovati – razen če se jih prepriča, da je to, kar počnejo, tako neizmerno škodljivo za blaginjo sveta in da so, če bodo s tem nadaljevali, neizmerno zlobni, sebični in popolnoma neodgovorni. (Birkett 2002) Ker se ljudje vedno bolj zgražajo nad »navadnimi« turisti, ki le uničujejo okolje, lokalne kulture, povzročajo nered in s seboj prinašajo le denar in nič drugega, nočejo več biti »eni izmed njih« in tako Birkettova pravi, da »nekega dne turisti [sploh] ne bodo več obstajali«. (2002, 1) Obstajali bodo le še pustolovci, prostovoljci, popotniki, raziskovalci – torej »neturisti«, kot jih poimenuje, ki se bodo odpravljali na kulturne dogodivščine, ekspedicije, projekte ter misije in ne na počitnice. Vendar pa so to isti ljudje, ki počnejo več ali manj iste stvari. (2002, 1–4)

Birkettova kritizira to moralno vzvišenost neturistov. Pri tem, ko se le-ti odpravljajo na misije, katerih glavni motiv je pomoč drugim, niti ne pomislijo na možnost, da to delajo zato, da bi sami uživali, in sicer zato, ker je takšno preoblikovanje turizma v nekaj pomembnega in požrtvovalnega osvobajajoče. Tako lahko neturisti pod pretvezo misije obišejo kateri koli prostor na svetu brez občutka neetičnosti. Poleg tega so potovanja neturistov pogosto skupinska potovanja, s predpisanimi dejavnostmi na destinaciji (in se v tem smislu torej ne razlikujejo bistveno od masovnega turizma). Bistvo neturistov je torej njihovo pretvarjanje, da ne delajo nečesa, kar v resnici počnejo, tj. so na počitnicah. Poleg tega etični turisti niso moralno superiorni, samo zato ker v manjši meri vplivajo na okolje kot masovni turisti, saj je na krajih, kjer je vpliv turistov na okolje negativen, vpliv negativen v vsakem primeru, ne glede na to, v kolikšni meri se pojavi. Namesto da bi se težilo k odgovornosti celotnega turizma do okolja in ljudi, se ustvarja razlika med peščico privilegiranih, ki plačuje ogromno za navidezno odgovoren turizem, in masami ostalih, ki jih prvi kritizirajo. V resnici pa, kot rečeno, oboji delajo enako. (Birkett 2002) Tako Birkettova meni, da so šle ideje o negativnih vplivih turizma predaleč. Turizem je namreč lahko škodljiv, lahko pa je tudi moralno nevtralen ali celo koristen. (2002, 1–4)

Poleg tega je problematičen tudi dvoličen odnos zagovornikov etičnega turizma do lokalne kulture. V državah v razvoju namreč odobravajo interakcijo z domačini, saj je njihova lokalna kultura zelo pomembna, in kritizirajo masovne turiste, ki jo uničujejo in se ji izogibajo. Po drugi strani pa se jim lokalne kulture v razvitih državah ne zdijo posebej privlačne in se jim izogibajo. Domačine v razvitem svetu vidijo kot sebi enake, kot posameznike, ki so sposobni sprejeti drugačno vedenje, jezik, kulturo. Ne zahtevajo in ne pričakujejo njihovega odobravanja, ampak vzajemno spoštovanje. Po drugi strani v nerazvitih državah zahtevajo »spoštovanje lokalne kulture«, ki temelji na ideji o nesposobnosti lokalnega prebivalstva, da razume drugačno kulturo in način življenja. Poleg tega domačine pogosto dojemajo kot zatirane ljudi, ki potrebujejo pomoč neturistov. Spoštovanje lokalne kulture in običajev tako pomeni odrekanje lastni kulturi in prepričanem v zameno za prepričanja gostiteljske kulture, ne glede na to, ali so ta »dobra« ali »slaba«. (Birkett 2002) Dvoličnost v odnosu do prebivalcev dežel v razvoju se kaže tudi v dejstvu, da so njihove dežele pogoste turistične destinacije, medtem ko je njim potovanje največkrat onemogočeno. Zagovorniki novega moralnega turizma menijo, da se posamezniki, ki obišejo te skupnosti, lahko od njih učijo in jih občudujejo. Ko pa

pripadniki teh skupnosti sami želijo potovati, se jih obravnava kot »ekonomske migrante« ali »iskalce azila«, se pravi kot neke vrste grožnja zahodnemu svetu. (Butcher 2003)

Tudi Butcher ostro kritizira spremembe, do katerih prihaja na področju turizma v zadnjem času. Razvoj turizma in njegovih alternativnih oblik je povzročil moralizacijo turizma. Ta vključuje dve ideji, ki se dopolnjujeta in poudarjata druga drugo. Prva ideja je, da masovni turizem povzroča škodo okolju in kulturam, zato je treba prakticirati nove oblike turizma, ki so prijazne do okolja in kultur. Druga ideja pa je, da je etični turizem boljši tudi za turiste same, sej prispeva k njihovemu razsvetljenju in razmišljanju o lastni družbi ter spodbuja spoštovanje drugih kultur. Pojavlja se torej »novi moralni turizem«, kot ga imenuje Butcher, katerega ideje so zelo prodorne. Njegovo bistvo je v negativnem pogledu na masovni turizem in pozivu turistom, da naj spremenijo način preživljanja svojih počitnic. Če tega ne bodo storili, bodo na slabšem lokalne skupnosti, njihovo okolje, pa tudi turisti sami, ki so s prakticiranjem moralnega turizma vključeni v nekaj bolj pomembnega in razsvetljujočega, kot je masovni turizem. (Butcher 2003)

Butcher meni, da etični turizem v resnici temelji na izredno konservativnih pogledih. Etični turisti težijo k ohranjanju avtentičnosti in tradicionalnosti gostiteljske skupnosti, torej k ohranjanju skupnosti takšne, kot je njim všeč, ne glede na to, ali to pomeni tudi ohranjanje njihove revščine. Poleg tega etični turizem predvideva, da gostje in gostitelji niso sposobni sobivanja. Ker obstajajo med njimi bistvene razlike, bi morali biti turisti spoštljivi do občutljivih gostiteljev. »Vendar prevelika rahločutnost do domnevnih kulturnih razlik nas zlahka oslepi za navadno človečnost in zmanjša potencial za učenje eden od drugega in uživanje družbe drug drugega.« (Butcher 2002, 70) Pri poudarjanju razlik med lastno in gostiteljsko kulturo tako novi moralni turisti največkrat pozabijo na enakopravnost – zagovarjajo namreč svobodo neke skupnosti, da je drugačna, ne pa tudi svobodo, da si deli iste standarde kot ostale kulture in da teži k enakopravnosti z njimi. (Butcher 2003) S tem ko se zagovorniki etičnega turizma nikoli ne osredotočajo na skupne lastnosti in želje turistov in gostiteljev, le povečujejo in ustvarjajo še večje razlike in nerazumevanja med njimi. (Butcher 2002) Srečanje med turisti in gostitelji torej ni tako zelo problematično. Res je namreč, da se to srečanje dogaja v pogojih neenakosti, vendar pa turizem ni izvor le-te. Poleg tega je za novega moralnega turista zanimanje za preteklost lahko produkt razočaranja nad sedanostjo, vendar pa je za tiste, ki živijo v manj razvitih regijah, prav ta preteklost lahko omejitev, ki se je želijo rešiti. Tako novi

moralni turizem teži k ohranjanju ravno v tistih državah – v državah v razvoju, kjer je napredek, in ne ohranjanje, najnujnejša potreba. (Butcher 2003)

Novi moralni turizem ima negativen vpliv tudi na turiste, saj obsoja in omejuje človekovo željo po potovanju iz užitka. (Butcher 2002) Ideje novega moralnega turizma izničujejo prav tisto značilnost prostočasnega potovanja, ki le-temu dajejo vrednost – tj. individualno svobodo. (Butcher 2003) Turizem je posamezniku dolga leta omogočal pobeg pred krutostjo dela in moralnimi pričakovanji s strani družine in širše skupnosti, danes pa nove oblike turizma spodbujajo posameznika, da razmisli, kolikšen delež ima pri uničevanju okolja in kulture, ki ju obiskuje, kar povzroča le občutek krivde pri turistih, če le-ti menijo, da njihov način turizma ni dovolj etičen, in nove kulturne ovire med ljudmi. ((Butcher 2002; 2003) Pri novem moralnem turizmu gre zgolj za prikrito preziranje »neetičnih« organiziranih skupinskih turistov, se pravi povprečnih turistov. Definiran je zgolj kot nasprotje masovnega turizma, ki je neetičen in neodgovoren in v katerem sodelujejo množice posameznikov, katerih individualnost je izgubljena. Takšna definicija je izraz pomembnosti individuacije v današnji družbi. Etični turizem je postal moralno superioren nad masovnim turizmom, čeprav izničuje ravno tisto, kar je bistvo počitnic – zabavo. To opredeljevanje masovnih turistov kot homogene, nerazmišljujoče množice brez individualnosti je problematično, prav tako, kot je problematična ideja, da etični turizem prinaša dodatno vrednost turistični izkušnji. (Butcher 2002)

Butcher ugotavlja, da popotniki še nikoli niso bili v tolikšni meri predmet omejevanja, saj so vedno bolj podvrženi različnim »dobronamernim« nasvetom. (2003, 74) Navodila, kako naj se etični turist obnaša, so v popolnem nasprotju z neodvisnostjo posameznika in njegovo željo po eksperimentiranju. Poleg tega ideje etičnega turizma prispevajo k razumevanju spoznavanja nove dežele kot nekaj težavnega, nevarnega in nekatere osnovne človeške funkcije spreminjajo v etične probleme – na primer, kolikšna mera interakcije med gostitelji in turisti je še primerna. Zagovorniki etičnega turizma torej ljudi pojmujejo kot nesposobne lastnega razmišljanja, odločanja in delovanja in jim odvzemajo možnost, da bi se učili na lastnih napakah in da bi razmišljali s svojo glavo. (Butcher 2002) Butcher se sprašuje, zakaj se ne morejo ljudje sami odločiti, kaj želijo od počitnic – zabavo ali reševanje sveta – ne da bi jim drugi moralizirali glede njihovih želja. (2002, 62–63) Glavni problem navodil za etično vedenje je v tem, da so izpeljana iz neke točno določene situacije, nato pa so predstavljena kot splošno veljavna. Kot takšna bolj služijo

nadziranju turistov kot pa dejanski pomoči destinaciji, saj nikakor ne moremo posploševati načinov pomoči na vse destinacije. (Butcher 2002) Tako je problematična tudi ideja, da so novi moralni turisti bolj individualni od masovnih, saj dejstvo, da je veliko ljudem vseč isto okolje za njihove počitnice, še ne pomeni, da so le-ti manj individualni, prav tako kot ni posameznik, ki potuje v odročne kraje, bolj individualen. (Butcher 2003)

Butcher polemizira tudi idejo, da so moralni turisti bolj razmišljujoči kot masovni turisti, saj se bolj ukvarjajo z okoljem in kulturo njihovih gostiteljev, medtem ko masovni turisti niti ne opazijo škode, ki jo povzročajo. Ne moremo namreč nekoga obsoditi, da je manj razmišljujoč, zgolj zato, ker se ne ukvarja z etičnimi vprašanji, povezanimi s turizmom, saj je možno, da le turizma ne dojemajo kot sredstva za izboljšanje (ali poslabšanje) sveta. (Butcher 2003) Sicer pa Butcher ugotavlja ravno nasprotno – da novi moralni turisti izražajo razočaranje nad ljudmi nasploh. Ker so odtujeni od modernega življenja, »bežijo« pred drugimi ljudmi v naravo ali med skupnosti, ki jih vidijo kot povezane z naravo, kar pa predstavlja tipično introspektivno vedenje, ki je v popolnem nasprotju s Plogovo kategorijo alocentrikov. (Butcher 2003) Etični turizem je torej bistveno manj osredotočen na ljudi, kot je masovni turizem, pri katerem gre v osnovi za uživanje množic ljudi, kar pomeni, da so bolj osredotočeni na ljudi. (Butcher 2002; 2003).

Nasploh je ideja, da so odgovorni turisti bolj individualni in ozaveščeni, deležna mnogih kritik. Posameznikov individualizem, njegovo samooblikovanje v moralnem smislu je namreč pogosto težko ločljivo od preprostega egoizma. Kot rečeno, namreč vsi turisti izbirajo tisto vrsto turizma, za katero menijo, da odseva njih same in njihov alternativni način življenja. (Smith in Duffy 2003) Najbolj ostri kritiki odgovornega turizma tako menijo, da so odgovorni turisti v resnici le egoistični turisti, ki se ukvarjajo s samorazvojem in jih torej v osnovi vodi koristoljubje oziroma samointeres. (npr. Munt v Smith in Duffy 2003, 54) Drugi avtorji pa menijo, da nekateri posamezniki sicer res sodelujejo v aktivnostih, ki izražajo določeno stopnjo požrtvovalnosti, vendar pa to še zmeraj počnejo le zato, ker to sami hočejo početi – s tem izražajo svoje osebne preference in ne svojih etičnih stališč. (Smith in Duffy 2003) Smith in Duffyjeva temu nasprotujeta, menita, da obstajajo dejanja, ki presegajo posameznikovo koristoljubje in imajo namen izražanja moralnih obvez nekemu »višjemu« razlogu. Ti posamezniki so sprejeli določene moralne standarde do te mere, da so le-ti postali del njihove osebnosti. Etika je

torej po mnenju avtorjev del posameznikov, del njihovega psihološkega profila in njihovih dejanj tako vsekakor ne motivira le koristoljubje. Poleg tega pa posameznikove etične vrednote tudi niso le njegove osebne preference, ampak so intersubjektivne, se obnavljajo od ene generacije do druge in izhajajo iz določenih odnosov med ljudmi in v družbi nasploh. Kot rečeno so tudi etične vrednote deležne vplivov globalizacije in tako ne upoštevajo meja. Etične vrednote določenega posameznika so torej družbeni in ne individualni produkti. (Smith in Duffy 2003) Če vseeno pristanemo na to, da so odgovorni turisti zgolj egoistični, pa to še ne pomeni, da njihov egoizem ni združljiv z delovanjem v korist drugih. Večina turistov sicer v resnici ne želi izkusiti dejanskega etičnega odnosa do gostiteljev. Gostiteljska skupnost in posamezniki jih lahko zanimajo, vendar pa je želja po ohranjanju gostiteljske skupnosti in njenih razlik navadno obrobne pomena. Vendar pa obstaja možnost, da lahko odnos med turistom in gostitelji preraste v nekaj več, torej v dejansko željo po ohranjanju te skupnosti in njenega okolja ter kulture. (Smith in Duffy 2003)

Ne glede na to, ali so zgornje kritike upravičene ali ne, pa je iz njih razvidno, da različne nove oblike turizma, ki se pojavljajo v zadnjem času, pogosto zavijejo s poti k bolj pravičnemu, enakopravnemu svetu, kar naj bi bil osnovni cilj odgovornega turizma. Namesto da bi bolj prispevale k ozaveščanju glede pasti, ki jih prinašata turizem in globalizacija nasploh, k izkoriščanju potenciala turizma in k manjšanju negativnih vplivov globalizacije, pogosto celo same prispevajo k stopnjevanju neenakopravnosti in dominacije.

4.4.3 KAKO DALEČ JE RAZVOJ ODGOVORNEGA TURIZMA?

Oceniti dejanske učinke odgovornega turizma (tako kot tudi turizma nasploh) je torej zahtevna naloga. Predvsem kulturni in okoljski učinki v primerjavi z ekonomskimi so težko določljivi. (Bajuk Senčar 2005) Kljub temu da je turizem globalen pojav, namreč ni enoten pojav. Kot rečeno, je raznolikost v samem bistvu odgovornega turizma, kar pomeni, da ima v različnih kulturah različne učinke in se izvaja na različne načine, poleg tega pa vsebuje mnogo etičnih dilem, ki so pogosto težko rešljive. (Bajuk Senčar 2005; Goodwin 2002)

Kolikšen je točen delež odgovornih turistov na trgu, tako ni jasno, deloma tudi zato, ker odgovorni turizem ni absolutni koncept. (Goodwin 2002) Različne raziskave kažejo na to, da ne smemo preceniti deleža turističnega trga, ki ga zavzemajo specializirani turisti in ponudniki turizma. Le malo turističnih ponudnikov je namreč osredotočenih na točno določeno vrsto turizma, poleg tega pa imajo tudi specializirani turisti večinoma interes za več kot en turističen produkt. (Pearce 2007) Duim ugotavlja, da je trajnostni turizem še zmeraj v predrazvojni fazi – v fazi, za katero je značilnih malo resničnih sprememb in veliko eksperimentiranja. Ozaveščenost med ljudmi sicer narašča, vendar do bistvenih sprememb v razvoju turizma še ne prihaja. (2005, 230–232) Različne alternativne oblike turizma torej zaenkrat zavzemajo le majhen delež celotne turistične industrije, pa tudi odgovorni turizem še ni prevladujoča praksa. (Smith in Duffy 2003)

Duim vidi vzrok za pomanjkanje potrebnih sprememb na področju razvoja turizma v pomanjkanju ekonomskih spodbud, pomanjkanju povpraševanja s strani potrošnikov in družbenega pritiska, kot tudi v odsotnosti zanimanja za investicije v trajnostni turizem s strani vlad. (2005, 230–232) Za doseganje rezultatov so torej potrebni pritiski s strani vseh akterjev v turistični industriji ter s strani aktivistov in strokovnjakov ter njihovo sodelovanje. Vendar zaenkrat še ne prihaja do konstruktivnega dialoga med njimi. Burns ugotavlja, da je to posledica neupoštevanja razlik in napetosti med obravnavanjem turizma kot razvoja in turizma kot sredstva za zadovoljitev potreb (v Bajuk Senčar 2005, 48–49), lahko pa bi rekli tudi turizma kot sredstva za maksimiziranje koristi, ki jih prinašata globalizacije in individuacija, in turizma kot krinke za širjenje negativnih vplivov teh dveh procesov. Napetost med tema dvema stališčema glede narave turizma Burns primerja z napetostjo med obravnavanjem turizma z lokalnega in z globalnega vidika. Če razumemo turizem kot sredstvo za doseganje razvoja, pomeni, da se poslužujemo globalnega pristopa. Turizem kot razvoj pomeni povezovati lokalno turistično ponudbo z globalno mrežo, da bi v določen kraj prišlo maksimalno število turistov. Če pa turizem razumemo kot sredstvo za zadovoljevanje določenih potreb neke gostiteljske skupnosti, pa to pomeni, da imajo potrebe gostiteljev prednost pred samim razvojem turizma in tako gledamo na turizem z lokalnega vidika. (Burns v Bajuk Senčar 2005, 48–49) Bajuk Senčarjeva povzema Burnsovo razlago in pravi:

Glavna razlika med obema pristopoma k turizmu zadeva relevantnost, ki jo pripisujemo vprašanju, kdo ima korist od tega, da se turizem uporablja kot razvojni dejavnik, pa tudi vprašanju, katere koristi se upoštevajo ob oceni učinkovitosti takšne razvojne strategije. Potemtakem ključna razlika

med pristopoma »turizem-kot-imperializem« in »turizem-kot-razvoj« tiči v pomenu, ki ga pripisujemo razvoju gostiteljske skupnosti v razmerju do koristi, ki jih imajo od turizma drugi družbeni akterji. (2005, 49)

Različni akterji v turizmu torej različno dojemajo namen le-tega, vsi skupaj pa stojijo pred izzivom, kako v analizo in razvoj turizma vključiti tako njegove lokalne kot globalne dimenzije. (Bajuk Senčar 2005)

Kljub temu da razvoj odgovornega turizma še zdaleč ni na zaželeni stopnji, Goodwin navaja podatke,⁴¹ ki kažejo, da gibanje za bolj odgovorne oblike turizma začinja vplivati na preference večine turistov. Tako je ljudem vedno bolj pomembno, kakšen je sloves turistične agencije, s katero potujejo, glede okoljskih vprašanj, pomembno jim je tudi, da dobijo dovolj socialnih in okoljskih informacij s strani potovalne agencije, da njihove počitnice ne škodujejo okolju in da prek njih izkusijo lokalno kulturo in hrano. Vedno več ljudi je tudi pripravljenih plačati več za počitnice, če je ta denar namenjen ohranjanju okolja in popravljanju negativnih učinkov turizma ali pa če so s tem zagotovljene dobre plače in delovni pogoji lokalnih delavcev. (Goodwin 2002, 26–28) Vloga turistov se torej razvija v smeri bolj inteligentnega turista, ki ceni kulturo in zgodovino krajev, ki jih obiskuje. (Horne v Pearce 2007, 22)

Čeprav odgovorni turizem zavzema le majhen odstotek celotnega turizma, elementi odgovornega turizma le postajajo del konkurenčnosti ponudbe, poleg tega pa je pomembno vplival na dožemanje, kaj pomeni biti dober turist, se pravi odgovoren, eko in spoštljiv. (Birkett 2002; Goodwin 2002) Ne moremo torej zanikati, da dajejo nove odgovorne in etične oblike turizma vsaj zgled celotni industriji, da obstajajo tudi bolj trajnostne in etične možnosti razvoja industrije. (Smith in Duffy 2003) In čeprav je to šele začetek dolge poti k popolnoma odgovornemu turizmu, so to očitni znaki napredka. (Goodwin 2002)

⁴¹ Na podlagi raziskave iz leta 2000, ki jo je opravilo ABTA (the Association of British Travel Agents – Združenje Britanskih potovalnih agencij).

5 SKLEP

Živimo v globaliziranem svetu, svetu, v katerem so posamezniki vedno bolj povezani in odvisni eden od drugega, in svetu, ki omogoča vedno bolj neomejeno kroženje idej, podob, kapitala in ljudi. Zaradi novih komunikacijskih in transportnih tehnologij je dostopnost različnih krajev vedno večja, stroški in čas pa ne predstavljajo večje ovire v povezovanju. Tako danes vedno več posameznikov vedno pogosteje potuje po celem svetu in so s tem del ene izmed največjih globalnih industrij – turizma.

Turistična industrija se ravno zaradi globalizacije lahko vedno bolj širi in razvija, hkrati pa je turizem sam del globalizacije, saj v veliki meri prispeva k njenim vplivom. Le-ti so pogosto negativni. Globalizacija sicer res prispeva k zблиževanju in razvoju različnih delov družbe, vendar pa se po drugi strani razvija na asimetričen način in tako prispeva k večanju neenakosti med različnimi kulturami, h kulturni in ekonomski dominaciji metropolitanskega jedra nad svetovno periferijo in k okoljskim problemom vedno večjih razsežnosti. K tem v veliki meri prispeva tudi turistična industrija, s tem ko omogoča ogromni množici prebivalstva (predvsem razvitega sveta), da neprestano in skoraj neomejeno potuje po celem svetu. S tem prispeva k onesnaževanju in uničevanju okolja in kot globalen pojav pomembno vpliva predvsem na lokalne družbe, in sicer v ekonomskem, kulturnem in družbenem smislu. Turizem je tako pogosto razumljen kot netrajnostna industrija, ki prispeva k neenakomernemu razvoju sveta ter uničevanju okolja in različnih kultur.

Negativni vplivi globalizacije pogosto zasenčijo potencialne, ki jih le-ta prinaša, tako kot škodljive posledice turizma prikrivajo njegove sposobnosti, da prispeva k bolj enakopravnemu in trajnostnemu razvoju. Kot ugotavlja Mlinar in kot je bilo prikazano v tem diplomskem delu, se v današnji družbi vzporedno s procesom globalizacije odvija tudi proces individuacije. Svet se po eni strani zблиžuje, zблиžujejo in prežemajo se različne ravni družbene organiziranosti, od lokalne do globalne, teritorialnost pa izgublja svoj pomen. Vendar pa hkrati prihaja tudi do osamosvajanja posameznikov in različnih skupin globalne družbe. Le-ti so vedno bolj avtonomni, vedno manj odvisni od skupnosti, iz katere izhajajo, in vedno bolj težijo k lastni razločljivosti. In čeprav iz prepletanja individuacije in globalizacije izhajajo mnogi prej omenjeni problemi, pa v hkratnem

povezovanju sveta in osamosvajanju delov družbe ležijo tudi potenciali za bolj enakomeren in pravičen razvoj sveta.

Kakšni so ti potenciali vzajemnega delovanja globalizacije in individuacije, sem v tem delu poskušala prikazati na primeru odgovornega turizma, saj menim, da le-ta ni nič drugega kot izraz delovanja teh dveh procesov. Kot prvo, potreba po bolj odgovornem turizmu se je pojavila ravno zaradi prej omenjenih negativnih učinkov globalizacije oziroma turizma. Ugotovitve, da je turizem, takšen, kot ga poznamo danes, izjemno dobičkonosen predvsem za razvite države, hkrati pa netrajnosten in izkoriščevalski v odnosu do držav v razvoju, so vodile do pojava bolj odgovornih, trajnostnih in etičnih oblik turizma, ki naj bi bile način za hkratno doseganje razvoja in ohranjanja okolja.

Po drugi strani sta procesa globalizacije in individuacije prinesla pogoje, v katerih se odgovorni turizem lahko razvija in širi. Odgovorni turizem je namreč izraz trenda k zbliževanju obstoječih ravni teritorialnih organiziranosti. Kot rečeno, je za današnjo družbo značilno prežemanje različnih ravni družbe in vzpostavljanje večravninskih omrežij, kar se izraža v dejstvu, da vpliv globalnega na lokalno ni enosmeren. Obstaja namreč tudi obraten vpliv, čeprav je šibkejši od prvega. Posamezniki se lahko vedno bolj neposredno angažirajo pri reševanju različnih globalnih problemov in odgovorni turizem je eden izmed načinov takšne angažiranosti. Odgovorni posamezniki oblikujejo občasne prostorske agregate, ki so ena izmed značilnosti prehajanja iz družbe krajev v družbo tokov in so torej posledica deterritorializacije, izgubljanja pomena oddaljenosti in delitev na blizu/daleč, lokalno/globalno. Turistom z različnih koncev sveta je omogočena neposredna interakcija, in sicer z namenom uresničevanja njihovih skupnih interesov, ki se navezujejo na reševanje določenih globalnih ali lokalnih problemov. Poleg tega zaradi zbliževanja obstoječih ravni teritorialne organiziranosti prihaja do krepitve vzajemne občutljivosti med posameznikom in družbo. Tako je turistična ponudba vedno bolj specializirana in vključuje različne, tudi odgovorne oblike turizma, saj želi ustrezati vedno bolj raznolikim potrebam in željam individuiranih posameznikov, hkrati pa je odgovornost posameznika za posledice, ki jih ima njegovo potovanje, vedno večja.

Tudi motivacije posameznikov za odgovorni turizem izhajajo iz procesov globalizacije in individuacije. Interes posameznikov za udejstvovanje pri reševanju različnih globalnih problemov je posledica dejstva, da se »tuje« vedno bolj bliža »domačemu« in da v

današnji družbi tudi problemi ne upoštevajo nacionalnih meja. Tako se zmanjšuje zaščitna vloga prostora in v tem smislu je tudi eskapizem, kot eden glavnih turističnih motivov, vedno manj mogoč. Zgolj zamenjava okolice ne pripomore več k občutku posameznika, da je pobegnil nevšečnostim moderne družbe, saj se le-te pojavljajo v vedno več krajih sveta. Poleg tega posameznik ugotavlja, da lahko s svojim potovanjem celo prispeva k njihovem razmahu in da se mora zato odločiti za bolj odgovorne oblike turizma, ki mu omogočajo dejansko reševanje družbenih problemov in ne le pobeg pred njimi. Posameznik je tudi vedno manj odvisen od skupnosti, iz katere izhaja, in tako svojo identiteto oblikuje sam, izraža pa jo vedno bolj avtentično, in sicer predvsem prek potrošnje, kar je posledica občutka odtujenosti od institucij vlade. Posameznik se tako odloči za določeno odgovorno obliko turizma, ker s tem hkrati prispeva k oblikovanju in izražanju svoje identitete (svetu pošilja sporočilo, da se zaveda določenih globalnih problemov in želi prispevati k njihovem reševanju) ter dejansko sodeluje v družbeni akciji. Zaradi brisanja razlik med domačim in tujim ter zaradi vedno večje globalne integriranosti posameznikov le-ti občutijo vedno večjo povezanost tudi z okoljem, v katerem se nahajajo v času počitnic, in se posledično v njem vedejo bolj odgovorno. Poleg tega pa so k bolj odgovornemu vedenju bolj motivirani posamezniki, ki imajo več izkušenj s potovanji, takšnih pa je vedno več, kar je izraz vedno bolj raznovrstnih časovno prostorskih poti posameznikov in torej tudi izraz njihove individuacije.

Menim, da z zgornjimi ugotovitvami lahko potrdim idejo, izpostavljeno v uvodu – odgovorni turizem je posledica vzajemnega delovanja procesov globalizacije in individuacije, ki je značilno za današnjo družbo. Iz teh dveh procesov namreč po eni strani izhajajo potreba po odgovornem turizmu in motivacije posameznikov za sodelovanje v njem, po drugi strani pa vzpostavljata pogoje, zaradi katerih se je odgovorni turizem lahko pojavil in v katerih se lahko širi in razvija. V tem smislu odgovorni turizem predstavlja hkratno težnjo k osamosvajanju in k povezovanju. Posamezni akterji se povezujejo v omrežja, da bi reševali določene probleme, vendar to delajo brez posrednikov in pogosto z namenom oblikovanja lastne identitete.

Seveda pa ta ugotovitev še ne izraža potencialov, ki jih po mojem mnenju vsebuje vzajemno delovanje globalizacije in individuacije ter posledično tudi odgovorni turizem. Da bi le-te razumeli, je najprej potrebna bolj konkretna razlaga koncepta odgovorni turizem. Vendar soglasje glede tega, kaj takšen turizem sploh je, kakšni so njegovi cilji in

kako naj se ga izvaja, zaenkrat še ne obstaja. Najpogosteje se ga opredeljuje kot nasprotje klasičnemu, masovnemu turizmu, obsegal pa naj bi različne, bolj specializirane oblike turizma z raznolikimi nameni, na primer ekoturizem, kombinacijo potovanja in prostovoljnega dela, turizem, ki teži k odpravljanju revščine, ali turizem, katerega vodenje je v rokah lokalne skupnosti. Različni ponudniki turističnih storitev vedno pogosteje izražajo svoje strinjanje s načeli odgovornega turizma, bodisi zaradi dejanske predanosti le-tem bodisi zaradi lastne promocije, saj je predanost načelom odgovornega turizma v današnji družbi pojmovana kot nekaj pozitivnega. Kako različno lahko posamezni akterji razumejo koncept odgovornega turizma, je očitno tudi iz primerjave razumevanja koncepta s strani Janeza Pergarja, predsednika upravnega odbora Kompassa d.d. in s strani Urške Hartman, v. d. direktorja Zavoda Voluntariat, ki sem ju obravnavala v poglavju o odgovornem turizmu v Sloveniji.

Različni teoretiki ugotavljajo, da so tudi motivi posameznikov za odgovorni turizem raznoliki, s čimer se strinja tudi Hartmanova. Kot rečeno, se nekateri odgovornega turizma poslužujejo z namenom samoaktualizacije oziroma oblikovanja lastne osebnosti, drugi prek njega izražajo kritičnost do lastne kulture in moderne družbe, nekateri z njim blažijo občutek krivde, ker v vsakdanjem življenju ne delujejo družbeno ali okoljsko odgovorno, spet drugi pa dejansko želijo aktivno prispevati k reševanju določenih problemov. Kot je značilno za motivacije v turizmu nasploh, imajo odgovorni turisti pogosto več motivacij in se tako odločijo za določeno odgovorno potovanje tako zaradi sebe kot zaradi želje pomagati drugim.

Tudi pričakovanja posameznikov glede poteka in vplivov njihovih odgovornih potovanj so raznolika, kar je posledica dejstva, da si ta pričakovanja oblikujejo na podlagi mnogih podob in informacij, ki jih pridobijo od znancev, turističnih ponudnikov ter iz različnih medijskih podob, ki so jim v globalizirani družbi v veliki meri izpostavljeni. Ker se tako oblikovana pričakovanja pojavijo pred samo interakcijo turista z destinacijo, se pravi zunaj dejanskega odnosa med njima, so pogosto nejasna. Posledica tako oblikovanih pričakovanj glede potovanj in nejasnosti, ki je za njih značilna, ter posledica raznolikih oblik, ki jih zavzema odgovorni turizem, pa je razkorak med pričakovanji in realnim potekom odgovornih potovanj ter njihovimi učinki. Tem ugotovitvam pritrjujejo tudi podatki Zavoda Voluntariat, obravnavani v poglavju 4.4.1, podobna pa so tudi opažanja in izkušnje Hartmanove.

Na podlagi teh ugotovitev potrjujem tudi drugo idejo, izpostavljeno v uvodu, in sicer, da obstajajo bistvene razlike znotraj odgovornega turizma. Te razlike izhajajo tako iz pomanjkanja soglasja glede opredelitve samega koncepta odgovornega turizma, kot tudi iz dejstva, da v njem na različne načine sodeluje množica raznolikih akterjev, vsak s svojimi pričakovanji, motivacijam in cilji (več o tem še v nadaljevanju). Čeprav primeri, ki sem jih obravnavala empirično, niso dovolj, da bi lahko dokončno potrdila idejo o obstoju razlik znotraj odgovornega turizma, pa vseeno deloma prispevajo k tej potrditvi. Podobno velja za tretjo idejo, izpostavljeno v uvodu, da obstaja razkorak med pričakovanji posameznikov glede odgovornih potovanj oziroma počitnic in dejanskim potekom ter rezultati le-teh. Ta razkorak je najverjetneje posledica neabsolutnosti koncepta odgovornega turizma in raznolikosti, ki jo le-ta vključuje. Zgornje ugotovitve sicer težijo k potrditvi te ideje, vendar pa so izpeljane le iz določenih teoretskih predpostavk in konkretnega primera le ene izmed oblik odgovornega turizma, kar pomeni, da lahko idejo le delno potrdim. Za dokončno potrditev obeh idej pa bi bilo treba izvesti bolj obsežne empirične raziskave.

Da pa bi lahko izkoristili vse potencialne, ki jih ponuja odgovorni turizem, je potreben večji konsenz glede pomena samega koncepta. Sama menim, da je odgovorni turizem najboljše razumeti, kot ga razume Goodwin. Ne gre torej za točno določeno obliko turizma, temveč za težnjo oziroma gibanje k boljšim oblikam turizma. V središču odgovornega turizma leži raznolikost, kar pomeni, da lahko v njem sodelujejo različni posamezniki in skupine, ki na različne načine in z različnim namenom prevzemajo odgovornost za razvijanje boljših oblik turizma, tako kot jih razumejo sami, kar je izraz vedno večje individuacije v današnji družbi. Tako je koncept odgovornega turizma združljiv tako z masovnim turizmom kot z bolj specializiranimi oblikami in ni definiran kot nasprotje prvega. Poleg tega leži odgovornost za oblikovanje boljšega turizma tako na turistih kot na ostalih akterjih v turistični industriji, saj je vpliv prvih, brez prizadevanj drugih v isti smeri omejen, navkljub vedno večji individuaciji posameznikov v današnji družbi. Odgovorni turizem pa sicer ni absoluten koncept, kar pomeni, da so različni akterji lahko bolj ali manj odgovorni, vendar pa je bistveno, da zahteva odgovornost vseh akterjev v turistični industriji do naravnega in družbenega okolja in tako temelji na načelu trajnosti.

Takšna interpretacija koncepta odgovornega turizma širše gledano pomeni, da odgovorni turizem lahko izkorišča najboljše od tega, kar ponujata procesa individuacije in globalizacije, in hkrati teži k minimaliziranju njunih negativnih vplivov. Že raznovrstnost, kot ena izmed največjih prednosti odgovornega turizma, je posledica individuacije oziroma vedno večje raznolikosti posameznikov. Poleg tega odgovorni turizem izkorišča možnost olajšanega združevanja posameznikov iz različnih kultur, ki pa na podoben način razumejo koncept odgovornega turizma, in sicer z namenom uresničevanja njihovih idej prek neposrednega stika. Tudi standardizacija kot posledica globalizacije ima lahko določene prednosti za odgovorni turizem, saj mu omogoča oziroma olajšuje, da postane koncept, ki je prepoznaven in zahtevan na globalni ravni. Da bi do standardizacije odgovornega turizma prišlo, pa je potreben pritisk s strani vseh akterjev turistične industrije. Posamezniki k uveljavljanju določenih standardov prispevajo predvsem prek potrošnje, ki predstavlja način avtentičnega izražanja njihove identitete. S tem ko turisti zahtevajo odgovorne oblike turizma, prispevajo k njegovi standardizaciji. Njihov pritisk v kombinaciji z vedno večjo konkurenco, ki je posledica vedno večje dostopnosti sveta, lahko različne druge akterje v turistični agenciji prisili, da se odločajo za odgovorni turizem. Odgovorni turizem pa bi lahko izkoristil tudi vedno večjo dostopnost sodobne družbe in posledično manjši pomen lokalnega prostora ter večjo konkurenco in specializacijo ter tako sčasoma prispeval k bolj enakomerni porazdelitvi turizma v svetu in manjši zasičenosti določenih krajev.

Po drugi strani mora odgovorni turizem prispevati k zmanjševanju oziroma odpravljanju negativnih vplivov, ki jih pogosto ima turizem. Poskrbeti mora na primer za čim bolj enakopravno izmenjavo med gostiteljsko kulturo in kulturo turistov. Kot rečeno, je vpliv turizma večji v bolj izoliranih in manj razvitih in globaliziranih družbah, saj imajo le-te manj sredstev za nadzor nad zunanjimi vplivi, katerim so zaradi turizma še toliko bolj izpostavljene. Odgovorni turizem mora biti takšno sredstvo. Težiti mora torej ne le k čim večji individuaciji turistov, temveč tudi k individuaciji lokalnih skupnosti, s tem, da jim omogoča uveljavljanje lastne identitete in avtonomije in s tem nadzor nad vplivi turizma in širšega okolja. Razvoj turizma mora torej biti v rokah lokalnih skupnosti. S tem odgovorni turizem prispeva tudi k ohranjanju raznolikosti krajev, ki ima vedno večji pomen v današnji družbi. Vendar pa ohranjanje raznolikosti ne sme pomeniti tudi ohranjanja neenakopravnosti. Odgovorni turizem mora širiti določene standarde modernih družb in s tem prispevati, na primer, k širšemu upoštevanju osnovnih

človekovih pravic, k boljšim higienskim in zdravstvenim standardom ter k socialnim in ekonomskim priložnostim na svetovni ravni. Mora torej težiti k ohranjanju različnih tradicionalnih in kulturnih značilnosti družb gostiteljic, a hkrati ne sme zavirati njihovega napredka oziroma mora težiti k vzpostavljanju istih priložnosti za vse. S tem bi turizem lahko prispeval k uvajanju reprezentativnega vzorca raznovrstnosti lokalnih, regionalnih in nacionalnih kultur. Poleg tega mora odgovorni turizem poskrbeti tudi za ohranjanje in čim manjše onesnaževanje naravnega okolja.

V odgovornem turizmu torej ležijo potenciali za usmerjanje delovanja procesov individuacije in globalizacije v pravi smeri, v smeri k bolj enakomernemu razvoju globalne družbe. Vendar obravnavane kritike različnih novih, eko in etičnih oblik turizma kažejo na to, da le-te na tej poti pogosto zaidejo v napačno smer. Ravno napačno apliciranje novih, odgovornih oblik turizma pogosto prispeva k stopnjevanju negativnih vplivov turizma in globalizacije nasploh, na primer h kulturnemu imperializmu, zaviranju razvoja svetovne periferije ali uničevanju občutljivih ekosistemov, kar je seveda nesprejemljivo. Poleg tega se, kot rečeno, koncept odgovornega turizma pogosto uporablja zgolj z namenom promocije ali kot reakcija na občutek krivde zaradi negativnih vplivov turizma, ob hkratnem nadaljnjem netrajnostnem razvijanju turizma. Do takšnih »zlorab« koncepta odgovornega turizma prihaja zato, ker imajo različni akterji, ki v njem sodelujejo, zelo različne etične vrednote. Vprašanje odgovornega turizma je z vidika etike zelo kompleksno in v raznoliki etiki posameznikov je razlog, zakaj potenciali odgovornega turizma za bolj enakopraven razvoj niso vedno izkoriščeni. Čeprav današnja družba po eni strani omogoča posameznikom, da se globalno angažirajo pri ustvarjanju »boljšega« sveta, pa hkrati omogoča tudi angažiranje določenih individuiranih skupin, ki dajejo prednost ekonomskim vrednotam pred etičnimi in tako pogosto težijo le k večanju koristi zase. Raznolikost kot bistven vidik koncepta odgovornega turizma tako po eni strani predstavlja njegovo prednost, po drugi strani pa zaradi nje prihaja do določenih etičnih dilem med različnimi akterji v odgovornem turizmu. Na tem mestu se je nemogoče spuščati globlje v obravnavo etičnega vidika turizma. Vendar pa se tudi brez tega lahko vprašamo, v kakšno smer naj se razvija turizem v prihodnje.

Danes je turizem torej bistven del družbe ter izraz njenega delovanja in razvit je v tolikšni meri, da si ne moremo domišljati, da lahko kakor koli ustavimo njegov razvoj ali zmanjšamo njegove razsežnosti na raven, ko ne bi imel več takšnih posledic, kot jih ima

globalizacija sama. Namesto tega ga je treba razvijati na pravi način, v obliki odgovornega turizma, tako da bo maksimiziral pozitivne učinke globalizacije in individuacije in minimaliziral njune negativne vplive. Turizem je že od nekdaj očitno imel mnoge pozitivne učinke na družbo in ker še vedno ima ta potencial, je v osnovi nesmiselno zavirati njegovo rast. Prispeva k posameznikovi izobrazbi o svetu, k oblikovanju njegovega karakterja v pozitivnem smislu, k boljšemu medsebojnemu razumevanju ter k pospešenemu reševanju določenih problemov. Medtem ko razdalja ohranja nevednost oziroma predsodke, ki so v dobi globalizacije in kroženja mnogih informacij in podob lahko še bolj izraziti, turizem posamezniku omogoča neposreden stik s svetom, s katerim lahko ruši svoje predsodke. Turizem v tem smislu prinaša ozaveščenost tako lokalnega prebivalstva kot turistov. Poleg tega pa neposrednost interakcije med turistom in gostitelji ter posledično večje zavedanje družbenega in naravnega okolja prispeva tudi k bolj odgovornemu vedenju ljudi. Seveda pa je te prednosti turizma treba izkoristiti – pristen in enakopraven stik med gostitelji in turisti je tako nujno potreben, in odgovorne oblike turizma ga omogočajo. Turizem tudi v smislu manjšega uničevanja okolja in večje okoljske ozaveščenosti ljudi obeta veliko, saj turisti iz razvitih skupnosti ozaveščajo gostiteljske skupnosti v nerazvitem svetu glede pomembnosti naravnega okolja, hkrati pa ja posledica navdušenja turistov nad različnimi lepotami narave, ki jih vidijo na svojih potovanjih, tudi bolj okoljsko odgovorno ravnanje z njihove strani. Po drugi strani pa ima turizem določene značilnosti, zaradi katerih je tako priljubljena dejavnost že ogromno časa in jih tudi danes vsekakor ne sme izgubiti. Nuditi mora tudi privlačne destinacije, užitek in možnost samoaktualizacije. Posameznik torej ne sme biti postavljen pred odločitev, ali naj s svojim potovanjem prispeva k skrbi za okolje ali k lastnemu užitku. In ravno v tem je prednost odgovornega turizma – eno odgovorno potovanje ima lahko velike koristi tako za globalno družbo kot za posameznega turista.

Mogoče je ravno sedaj, ko stopnja rasti turizma upada, pravi trenutek, da se ustavimo in razmislimo, v katero smer naj gre razvoj turizma. Menim, da ne smemo pristati na idejo, da je globalizacija igra z ničelno vsoto. S tem damo turizmu možnost, da veliko prispeva k boljši kvaliteti življenja ljudi in k bolj enakopravnemu razvoju. Prednosti takšnega odgovornega turizma so očitne, prav tako kot je očitna potreba, da se turizem nemudoma začne razvijati v tej smeri. Pogoje za to imamo dane. Potreben je le še tisti preblisk v glavah ljudi, ko ugotovijo, da je skrajni čas, da se (tudi) na svojih potovanjih začnejo

obnašati odgovorno. Zaenkrat smo v Sloveniji, tako kot drugje po svet, še bolj daleč od takšnega cilja, vendar pa naraščanje ozaveščenosti glede problemov, ki jih prinaša turizem, in pojav nekaterih bolj odgovornih turističnih ponudb, zbuja upanje, da je cilj odgovornega turizma, ki prinaša vsem vpletenim več koristi kot težav, dosegljiv.

6 LITERATURA

Bajuk Senčar, Tatiana. 2005. *Kultura turizma: antropološki pogledi na razvoj Bohinja*. Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU.

Birkett, Dea. 2002. Re-branding the tourist. V *Ethical Tourism: Who Benefits?* Tiffany Jenkins, Dea Birkett, Harold Goodwin, Paul Goldstein, Jim Butcher in Kirk Leech, 1–14. London: Hodder & Stoughton.

Butcher, Jim. 2002. Weighed down by ethical baggage. V *Ethical Tourism: Who Benefits?*, ur. Tiffany Jenkins, 59–74. London: Hodder & Stoughton.

--- 2003. *The Moralisation of Tourism. Sun, Sand ... and saving the World?* London, New York: Routledge.

DeBotton, Alain. 2003. *Umetnost potovanja*. Ljubljana: Vale-Novak.

Društvo za spodbujanje razvoja ekološkega turizma. 2009. *Be alive. Ekološki turizem v Sloveniji*. Dostopno prek: <http://www.bealive-ecotours.com/index.htm>. (23. september 2009).

Duim, V.R. van der. 2005. *Tourismscapes, an actor-network perspective on sustainable tourism development*. Wageningen: Wageningen University.

Goldstein, Paul. 2002. Can we care enough? V *Ethical Tourism: Who Benefits?*, ur. Tiffany Jenkins, 35–58. London: Hodder & Stoughton.

Goodwin, Harold. 2002. The Case for Responsible Tourism. V *Ethical Tourism: Who Benefits?*, ur. Tiffany Jenkins, 15–34. London: Hodder & Stoughton.

Hartman, Urška. 2009. Intervju z avtorico. Ljubljana, 2. september.

Hindle, Charlotte, ur. 2007. *Volunteer. A Traveller's Guide to Making a Difference Around the World*. Victoria, Oakland, London: Lonely Planet Publications Pty Ltd.

Holden, Andrew. 2006. *Tourism Studies and the Social Sciences*. London, New York: Routledge.

Hudman, Lloyd E. in Donald E. Hawkins. 1989. *Tourism in contemporary society. An introductory text*. Englewood Cliffs, New Jersey: A national publishers book Prentice Hall.

The International Centre for Responsible Tourism. Dostopno prek: <http://www.icrtourism.org/> (26. marec 2009).

Jenkins, Tiffany. 2002. Introduction. V *Ethical Tourism: Who Benefits?*, ur. Tiffany Jenkins, xi–xx. London: Hodder & Stoughton.

Jeršič, Matjaž. 1990. *Osnove turizma*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.

Leech, Kirk. 2002. Enforced primitivism. V *Ethical Tourism: Who Benefits?*, ur. Tiffany Jenkins, 75–94. London: Hodder & Stoughton.

Lorimer, Kerry, ur. 2006. *Code Green. Experiences of a lifetime*. Victoria: Lonely Planet Publications Pty Ltd.

Maya, turistična agencija. 2008. Dostopno prek: <http://www.maya.si> (23. september 2009).

Mlinar, Zdravko. 1994. *Individuacija in globalizacija v prostoru*. Ljubljana: Slovenska akademija znanosti in umetnosti.

Partnership for Global Tourism Sustainable Criteria. Dostopno prek: <http://www.sustainabletourismcriteria.org/> (26. marec 2009).

Pearce, Philip L. 2007. *Tourist behaviour: Themes and Conceptual Schemes*. Aspects of Tourism: 27. Clevedon, UK: Channel View Publications.

Pergar, Janez. 2009. Intervju z avtorico. Ljubljana, 14. september.

Prostovoljka I. 2009. Predstavitev izkušenj prostovoljcev. Ljubljana, 23. september.

Prostovoljec II. 2009. Predstavitev izkušenj prostovoljcev. Ljubljana, 23. september.

Prostovoljka III. 2009. Predstavitev izkušenj prostovoljcev. Ljubljana, 23. september.

Razpotnik, Barica. 2006. Mednarodno prostovoljno delo – več kot le počitnice. *Geografski obzornik* 53 (2). Dostopno prek: http://www.dlib.si/documents/znanstveni_clanki/geografski_obzornik/pdf/URN_NBN_SI_doc-NZCUHPLP.pdf (3. junij 2009).

Real Gap. *Responsible Tourism / Responsible Traveller's Code*. Dostopno prek: <http://www.realgap.co.uk/Responsible-Tourism> (3. junij 2009).

Responsible tourism. 2009. *Tips for responsible tourism*. Dostopno prek: <http://responsibletourism.co.uk/responsible-tourism> (3. junij 2009).

Responsible Tourism Code for the Pacific. Dostopno prek: <http://www.responsibletourism.org.nz/> (3. junij 2009).

Responsibletravel.com a. *Our guide to being a responsible traveller*. Dostopno prek: <http://www.responsibletravel.com/copy/copy901504.htm> (3. junij 2009).

--- b. *Tips for responsible travel*. Dostopno prek: <http://www.responsibletravel.com/copy/copy101891.htm> (3. junij 2009).

Smith, Mick in Rosaleen Duffy. 2003. *The Ethics of Tourism Development*. London, New York: Routledge.

Slovenska turistična organizacija (STO). 2009. *Zeleni turizem*. Dostopno prek: http://www.slovenia.info/?ps_eko_turizem=0 (23. september 2009).

Svetličič, Marjan. 2004. *Globalizacija in neenakomeren razvoj v svetu*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.

Šket, Gregor. 2009. Eko postaja tudi turistični standard. Pogovor z mag. Dimitrijem Picigo, direktorjem Slovenske turistične organizacije. *Polet* 8(32): 12–15.

Turistična kmetija Logar. Dostopno prek: <http://www.tk-logar.com/> (23. september 2009).

United Nations Environment Programme; Division of Technology, Industry, and Economics; Sustainable Consumption & Production Branch. 2009. *Tourism*. Dostopno prek: <http://www.unep.fr/scp/tourism/> (26. marec 2009).

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). 2009. *World Tourism Barometer* 7 (1). Dostopno prek: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom09_1_en_excerpt.pdf (2. junij 2009).

Vlada Republike Slovenije. Ministrstvo za gospodarstvo. 2009. *Trajnostni in regionalni razvoj*. Dostopno prek: http://www.mg.gov.si/si/delovna_podrocja/turizem/trajnostni_in_regionalni_razvoj/ (23. september 2009).

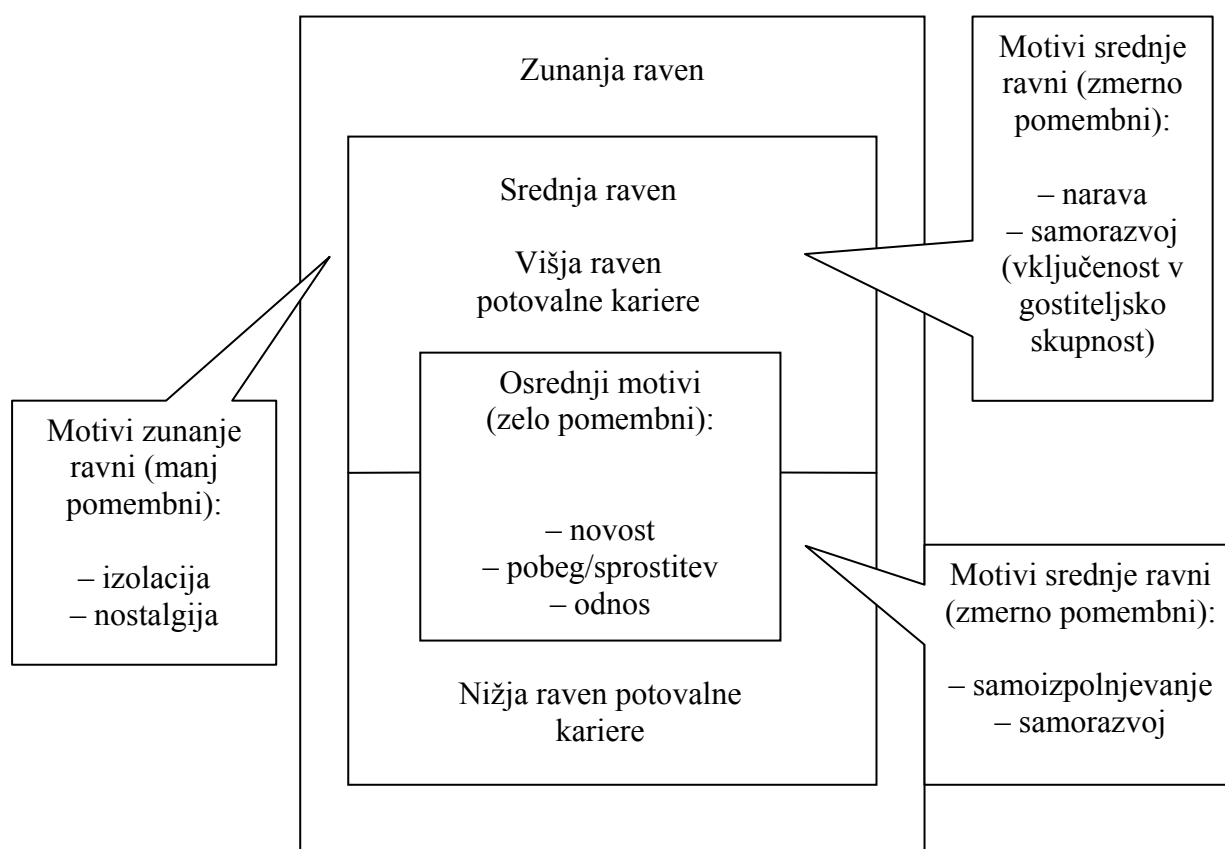
World Tourism Organization (WTO). 2007. *Strong World Tourism Growth in 2007*. Dostopno prek: http://www.unwto.org/newsroom/news/en/press_det.php?id=971&idioma=E (2. junij 2009).

--- 2009. *International Tourism Challenged by Deteriorating World Economy*. Dostopno prek: http://www.unwto.org/media/news/en/press_det.php?id=3481&idioma=E (2. junij 2009).

Zavod Voluntariat. 2009. *Neobjavljeni podatki o izkušnjah prostovoljcev s tabori v letu 2008*. Ljubljana: Zavod Voluntariat.

7 PRILOGE

PRILOGA A: KONCEPT VZORCEV POTOVALNE KARIERE PO PEARCEU



Kar se tiče potovanja iz užitka, na vse popotnike, neodvisno od njihove ravni potovalne kariere, vplivajo najbolj pomembni in osrednji potovalni motivi (kot so novost, pobeg/sprostitev in odnos) kot tudi manj pomembni motivi (kot so izolacija, nostalgija in družbeni status). Ko se raven njihove potovalne kariere razvije, z drugimi besedami, ko se starajo, gredo skozi stopnje njihovega življenjskega cikla in pridobijo več potovalnih izkušenj, se bodo njihovi zmerno pomembni potovalni motivi zamenjali od notranje usmerjenih potreb (kot je samorazvoj) do zunanje usmerjenih potreb (kot sta izkušanje narave in vključenost v gostiteljsko skupnost).

Vir: Pearce (2007, 79).

PRILOGA B: PSIHOCENTRIKI IN ALOCENTRIKI PO PLOGU

Psihocentriki

1. domače destinacije
2. navadne, skupne aktivnosti in destinacije
3. sonce in točke zabave
4. relaksacija
5. preferirajo vožnjo
6. težka turistična nastanitev, kot so razvoj hotelov, družinske restavracije, turistične trgovine
7. domača atmosfera (npr. stojnice s hamburgerji), domače razvedrilo, brez tuje atmosfere
8. celotni paket potovanja s strogim urnikom dejavnosti

Alocentriki

1. neturistične destinacije
2. nove izkušnje
3. občutek odkrivanja
4. obisk destinacije pred drugimi
5. nove in nenavadne destinacije
6. preferirajo letenje
7. visok nivo aktivnosti
8. nastanitev na potovanju naj vključuje zadostne do dobre hotele in hrano, ne nujno modernih in verig hotelov ter malo turističnih atrakcij
9. uživajo v srečevanju in ukvarjanju z ljudmi čudne ali tuje kulture
10. organiziranost potovanja naj vključuje osnove, kot so prevoz in hoteli in naj dopušča precej svobode in fleksibilnosti.

Vir: Plog v Hudman in Hawkins (1989, 45).

PRILOGA C: DRUŽBENI IN KULTURNI VPLIVI TURIZMA PO HUDMANU IN HAWKINSU

Koristi:

1. Ustvari novo sredstvo za družbene spremembe in multikulturno razumevanje.
2. Demonstrativni (dokazovalni) učinki – spodbuja adaptacijo na realnosti modernega življenja in deluje v smeri izboljšanja okolja gostiteljske dežele in možnosti življenjskih stilov.
3. Promovira znanje in uporabo tujih jezikov.
4. Izboljša motivacijo in potrebne pogoje za boljše zdravje, nadzor bolezni in skrb za zdravstvo.
5. Spodbuja kulturno ozaveščenost in izpostavljenost preko opazovanja in sodelovanja (npr. ročna dela, gastronomija, umetnosti, zgodovina, tehnologija, arhitektura, družbene institucije, oblačenje, načini preživljanja prostega časa, itd.)
6. Priložnost za interkulturno komunikacijo.
7. Ponovno oživljanje prvotnih spretnosti, oblik umetnosti, značilnih načinov življenja.
8. Proizvaja osebne koristi za turista, npr. psihološke, fizične, medosebne (med turisti in turisti/gostitelji), kulturne, poslovni in profesionalni razvoj.
9. Priskrbi neomejene priložnosti za razvoj avtentičnih atrakcij, in s tem povečuje gostiteljev ponos glede lastnih etničnega, rasnega, umetnostnega in podobnega kulturnega izvora.
10. Na destinacije privlači trajno prebivalstvo, in sicer iz zaposlitvenih razlogov ali zaradi upokojitve in s tem zagotavlja bolj stabilno temelje prebivalstva.

Stroški:

1. Fizična prisotnost turistov – zasičenost, tekmovanja za omejene vire.
2. Demonstrativni (dokazovalni) učinki – neprimerne tuje dobrine/načini življenja, gostitelji se zgledujejo po obnašanju turistov, ki je le začasno in brez normalnih omejitev, gradi na neracionalnih ekonomskih pričakovanjih, dovzetnost mladih; spremeni strukturo ruralnega življenja; spodbuja migracijo; spremembe v socialni strukturi, vlogi žensk, koheziji skupnosti, demografiji in članstvu v institucijah.
3. Nezadovoljstvo zaradi prisotnosti tujega – npr. tehnologije, tujih okusov glede hrane/pijače, tujih menedžerjev, specialistov itd.

4. Povečanje družbeno razkrojevalnega vedenja – npr. kriminal, prostitucija, alkohol in droge, cestni prodajalci itd.
5. Prikrite oblike kolonializma in imperializma – npr. ekonomska odvisnost, multinacionalni nadzor in manipulacija, zloraba lokalnega prebivalstva.
6. Promovira nemoralno vedenje – npr. spolne svoboščine, hedonistično vedenje, hazarderstvo, rahljanje religijskih tradicij.
7. Sprememba ali zmanjšana uporaba jezika domačinov.
8. Turisti povzročajo onesnaženje in prenašajo bolezni na gostiteljsko skupnost.
9. Neprimerne kulturne spremembe – prisvojitvev/homogenizacija »šibke« do »močne« kulture – npr. močno materialistična kulturna težnja.
10. Izginjanje tradicionalnih oblik umetnosti in spretnosti in zamenjava z masovno proizvajanimi replikami.
11. Zmanjša gostiteljsko kulturo na status blaga, krši pravice gostiteljske kulture in ustvarja izmišljene atrakcije.
12. Promovira kulturno aroganco – npr. manipulira z avtentičnimi tradicijami in dogodki gostiteljev, tako da jih prilagodi urnikom in okusu turistov; uporaba tujega dizajna/opreme v hotelih, restavracijah in javnih prostorih.

Vir: Hudman in Hawkins (1989, 224).