

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Romana Nared

**Medvedji turizem v pogojih post-turizma:
primer Loške doline**

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Romana Nared

Mentor: izr. prof. dr. Marjan Hočevar

Medvedji turizem v pogojih post-turizma:
primer Loške doline

Diplomsko delo

Ljubljana, 2016

Zahvaljujem se mentorju izr. prof. dr. Marjanu Hočevanju za strokovno pomoč in vzpodbude ter vsem mojim, ker so verjeli.

Medvedji turizem v pogojih post-turizma: primer Loške doline

Turizem je postal centralna komponenta globalizacije, podprte z razvojem transporta in informacijskih tehnologij. Koncept 'turističnega pogleda', ki ga je v sociološko teorijo uvedel John Urry, nam pomaga zaobseči bistvene spremembe, ki se na področju turizma odražajo tako na makro kot na mikro družbeni ravni.

Turist se vzpostavlja skozi delovanje, ki vključuje vsa njegova čutila. Še posebej je ta poudarek zaznati v premiku od masovnega k 'novemu' turistu. V kolikor so živalski vrtovi primer opazovanja kot ogledovanja/ bolščanja, pa opazovanje živali v naravnih parkih vključuje celovito doživljanje narave aktivnega posameznika.

Bistvene družbene spremembe v postmoderni se odražajo tudi v odnosu do živali, še posebej tistih, ki so vključene v turistične produkte. Kljub temu je potrebno turistične produkte povezane z opazovanjem prosto živečih živali skrbno načrtovati in upravljati, saj se znotraj te dejavnosti pojavljajo številni, velikokrat tudi nasprotujoči interesi.

V nalogi smo preučili pogoje in ponudbo turističnih produktov povezanih z rjavim medvedom v Loški dolini. Na osnovi pravnih predpisov in smernic, ki so bile podane v projektu LIFE DinAlp Bear smo oblikovali specifične smernice za razvoj medvedjega turizma v občini Loška dolina.

Ključne besede: globalizacija, turistični pogled, opazovanje prosto živečih živali, rjavi medved.

Bear tourism in the conditions of post-tourism: the case of Loška dolina

Tourism has become a central component of globalization, supported with the development of information technology. The concept of »tourist gaze«, which was introduced into social theory by John Urry helps us grasp the significant changes reflecting on both macro- and micro-level sociology in the field of tourism.

The tourist essentially develops through the actions that include all his senses. This can be particularly present in the shift from mass tourism to the so called »new« tourist. If the zoos are considered to be an example of animal observation in the sense of viewing/gazing, the act of observing animals in nature parks includes holistic experience of nature in the eyes of an active individual.

The essential social changes in post-modern period are reflected in the attitude towards animals, particularly those that are included in the concept of tourism products. Nonetheless, tourism products in relation to wildlife observation must be carefully planned and managed, as numerous and often conflicting interests take place within the scope of this activity.

The conditions and the offer related to bear tourism in the municipality of Loška dolina are studied in this paper. Based on legal regulations and guidelines defined in the LIFE DinAlp Bear project, we designed specific guidelines for the development of bear tourism in the municipality of Loška dolina.

Key words: globalisation, tourist gaze, wildlife observation, brown bear.

KAZALO

UVOD	6
1 TEORETIČNA IZHODIŠČA	9
1.1 SPLOŠNI OKVIR GLOBALNIH DRUŽBENIH SPREMEMB	9
1.2 TURIZEM V GLOBALNI DRUŽBI	9
1.3 TURIST IN NJEGOVE SPREMINJAJOČE POTREBE	12
1.4 TURIZEM POVEZAN Z OPAZOVANJEM PROSTO ŽIVEČIH ŽIVALI	15
2 MEDVEDJI TURIZEM	17
2.1 RJAVI MEDVED - AVTOHTONA ŽIVALSKA VRSTA V SLOVENIJI	17
2.2 MEDVED IN ČLOVEK	20
2.3 TURISTIČNI PONUDBA POVEZANA Z RJAVIM MEDVEDOM	23
2.4.1 OPAZOVANJA RJAVEGA MEDVEDA V NARAVNEM OKOLJU	26
2.4.2 STATISTIČNI PODATKI O OPAZOVANJU RJAVEGA MEDVEDA	27
2.4.3 VTISI UDELEŽENCEV OPAZOVANJA RJAVEGA MEDVEDA.....	31
3 SMERNICE ZA NEPOTROŠNO RABO MEDVEDOV V TURIZMU	32
3.1 PRAVNI OKVIRI	32
3.2 SPLOŠNE SMERNICE	37
3.3 POSEBNE SMERNICE	39
3.4 SMERNICE ZA RAZVOJ MEDVEDJEGA TURIZMA V LOŠKI DOLINI.....	40
SKLEP	42
LITERATURA	44

UVOD

Področje turizma je bilo v zadnjih dveh desetletjih podvrženo številnim spremembam, tako z vidika uporabnika (turist, obiskovalec, popotnik), ponudnika (posamezniki in organizacije, lokalne skupnosti, regije, organizacij) kot z vidika samega družbenega fenomena. Spremembe lahko preučujemo na obeh straneh kontinuuma: individualizacije posameznika – turista in njegove motivacije za koriščenje določenih turističnih produktov ter z makro družbene ravni – kot specifične dimenzije globalnih družbenih sprememb. Na strani posameznika je zaznan premik od ogledovanja znamenitosti k opazovanju in soudeležbi v avtentičnih izkušnjah.

Turizem je postal globalna industrija. Navkljub občasnim krizam je na področju turizma zaznati skorajda nenehno rast. Mednarodni turistični prihodi so narasli iz 25 milijonov leta 1950 na 1133 milijonov leta 2014, skladno s tem pa se je povečal tudi prihodek iz 2 milijard ameriških dolarjev na 1245 milijard ameriških dolarjev leta 2014. Turizem posredno ali neposredno ustvari kar 9% svetovnega bruto domačega proizvoda, z njim pa je povezano eno od enajstih delovnih mest. (United Nations World Tourism Organization 2015)

Svetovna turistična organizacija (UNWTO) napoveduje 3,3% letno rast med letoma 2010 in 2030. Prihodi naj bi se v tem obdobju v novih destinacijah povečali za 4,4% letno, medtem ko naj bi bila rast v razvitih ekonomijah 2,2% letno. Tudi če pogledamo zgolj leto 2015, se je število mednarodnih prihodov v Evropi povečalo za 5%. (United Nations World Tourism Organization 2016)

Po podatkih Sekretariata Konvencije o biotski raznovrstnosti (Secretariat of CBD 2004) so nove in hitro rastoče turistične destinacije kot so Afrika, Azija, Tihi ocean in Latinska Amerika tudi področja, ki predstavljajo 'vroče točke' biotske raznovrstnosti, trend v zrelejših emitivnih trgih, zlasti v Evropi in Severni Ameriki pa je usmerjen v manj zahtevne aktivnosti (t.i. *soft adventures*) in pristne izkušnje, ki pogosto vključujejo obiske naravnih območij in opazovanje živali.

Tudi turizem povezam z živalmi prosto živečih vrst (ang. *wildlife tourism*), kamor uvrščamo rjavega medveda (*Ursus arctos*), je v konstantnem porastu. V Slovenji je to področje še dokaj nerazvito in neraziskano. Pomemben premik predstavljajo aktivnosti znotraj projekta LIFE DinAlp Bear z izdelavo smernic za odgovorno vključevanje rjavega medveda v turistično ponudbo. (Karamanlidis in drugi 2016)

V nalogi preučujemo pogoje za razvoj turizma povezanega z rjavim medvedom na območju občine Loške doline v širšem kontekstu globalizacije in v ožjem kontekstu post-turističnih trendov. Ob tem poskušamo identificirati pasti tega izredno specifičnega segmenta turizma. Na področju opazovanja živali v naravnem okolju se srečujejo občutljiva področja in nemalokrat nasprotujoči interesi. Turizem kot gospodarska panoga teži k čim večji profitabilnosti, prosto živeče živali in njihovi habitati naj bi ostali čim bolje varovani in 'nedotaknjeni', turisti težijo k zadovoljitvi svojih potreb, lokalne skupnosti k boljši kvaliteti življenja.

V kolikor hočemo opredeliti smernice razvoja medvedjega turizma, se moramo zavedati, da je potrebno usklajevati različne interese na način, da se čim bolj približamo *win-win* situaciji. Pri tem so nam v pomoč obstoječe teorije sodobnih družbenih in turističnih trendov ter analize posameznih fenomenov.

V nalogi bomo poskušali prikazati pomen turizma v globalnih družbi ter procese, ki vplivajo na prioritete in obnašanje turistov s pomočjo koncepta 'turističnega pogleda', ki ga je v sociološko preučevanje uvedel John Urry. Turistični pogled namreč izraža dinamiko povezano s turistovo izkušnjo in kompleksnostjo socialne organiziranosti turizma. Omogoča nam artikulirati, kaj loči turistovo izkušnjo od vsakdanjega življenja in osvetli načine, ki jih imata produkcija in poraba turističnih dobrin na socialne odnose. (Bajc 2007)

Diplomska naloga je razdeljena v tri vsebinska poglavja. Prvi, teoretsko-konceptualni, je predstavitev koncepta post-turizma v okviru globalnih družbenih sprememb in trendov ter potrošnje živali kot turističnih produktov. Osredotočamo se na identifikacijo ključnih elementov post-turizma za katere menimo, da jih je potrebno upoštevati pri pripravi konkretnih smernic razvoja katerega koli turističnega produkta. Ker pa je interes usmerjen v specifičen segment turizma, to je opazovanje živali oz. opazovanje prosto živečih živali, bomo poskusili izpostaviti njegove specifičnosti s poudarkom na razlikovanju med odnosom do živali v moderni in postmoderni družbi.

Drugo poglavje se osredotoča na pogoje za razvoj medvedjega turizma v Loški dolini z upoštevanjem naravnih danosti, odnosa ljudi do medveda v preteklosti in danes ter obstoječe ponudbe medvedjega turizma. Na osnovi dostopnih agregatnih in drugih statističnih podatkov ter analize relevantnih dokumentov bomo poskušali predstaviti in oceniti obstoječe turistične produkte povezane z medvedom. Še posebej bomo izpostavili dejavnosti, ki jih preko

Turistično informacijskega centra Lož in v sodelovanju z dvema lovskima družinama izvaja Javni zavod Snežnik.

Tretje poglavje predstavlja smernice razvoja medvedjega turizma in tiste pravne podlage, ki jih je potrebno neobhodno upoštevati pri razvoju in trženju produktov medvedjega turizma. Splošne in posebne smernice za odgovorno ravnanje v turizmu povezanem z medvedom povzemamo po projektu LIFE DinAlp Bear, saj so to edine konkretne smernice za razvoj medvedjega turizma v Sloveniji. V zaključnem delu dodajamo še nekaj specifičnih smernic, ki upoštevajo obstoječe stanje ponudbe medvedjega turizma v Loški dolini.

Elemente post-turizma v okviru globalnih družbenih sprememb, še posebej na področju opazovanja živali prosto živečih vrst, bomo identificirali na podlagi pregleda in analize obstoječe sekundarne sociološke literature ter predstavitve posameznih konkretnih primerov. V drugem, empiričnem delu, vključujemo agregatne in druge statistične podatke, rezultate dostopnih raziskav, primarne vire in tudi nekatere izsledke opazovanja z udeležbo. Z analizo le-teh bomo poskusili opredeliti in oceniti stanje turistične ponudbe medvedjega turizma v Loški dolini.

Temeljno raziskovalno vprašanje, ki se nam pri tem postavlja je, ali na območju občine Loška dolina obstajajo razmere za nadaljnji razvoj turističnih produktov povezanih z medvedom, in kolikšna/ kakšna je njihova vloga znotraj celotnega turističnega razvoja občine.

Cilj naloge je opredeliti temeljne smernice razvoja medvedjega turizma v Loški dolini. Tovrstne smernice praktiki pogosto ocenjujejo kot nepotrebne, vendar so v pogojih velike konkurence na turističnih trgih osnova uspešnih turističnih produktov.

1 TEORETIČNA IZHODIŠČA

1.1 SPLOŠNI OKVIR GLOBALNIH DRUŽBENIH SPREMEMB

Vsaka resna raziskava turizma se mora neizogibno vprašati o negativnih in pozitivnih vplivih globalizacije, kot se kažejo in ali bi se lahko sčasoma pokazali v določeni turistični destinaciji. Zato moramo že v samem izhodišču opredeliti značilnosti globalne družbe. Sprememb, ki se pojavljajo v globalnem kontekstu in vplivajo na razvoj ter značilnosti turizma, pač ne moremo zanikati, tudi če smo skeptični glede njihovega dometa (n.pr. doba globalizacije, globalna družba).

Med prvimi, ki je govoril o globalnih procesih je bil Marshall McLuhan. V svojem delu je poudaril, da je razvoj komunikacijskih tehnologij spremenil možne izbire odnosov med fizično oddaljenimi družbami do te mere, da lahko o svetu govorimo kot o 'globalni vasi' (McLuhan 1964). 'Globalna vas' in 'globalizacija' sta se kot analitična koncepta uveljavila v družboslovnih znanostih šele pred dobrima dvema desetletjema. Medtem so tudi drugi teoretiki zapažali bistvene družbene spremembe. Med vplivnejšimi je zagotovo David Harvey, ki je s pojmom *time-space compression* pojasnil spremembe v svetovnem kapitalističnem sistemu. Razvoj tehnologije transporta in komunikacij je po njegovem mnenju pospešil razvoj kapitalizma do te mere, da sta se prej veljavni predstavi o času in prostoru kot omejitvah produkcije in distribucije blaga dobesedno 'stisnili' (Harvey 1989).

Velike geopolitične spremembe, ki so se začele kazati v drugi polovici osemdesetih let in kulminirale v padcih komunističnih režimov v srednji in vzhodni Evropi ter Sovjetski zvezi, so pomenile konec 'obdobja treh svetov'. Po mnenju številnih teoretikov so bile ključni dejavniki, ki je pospešil oblikovanje dejanske 'globalne ureditve' (Bajuk Senčar 2005), kjer globalizacija pomeni svetovno družbo brez svetovne države in brez svetovne vlade (Beck 2003).

1.2 TURIZEM V GLOBALNI DRUŽBI

Turizem je izrazit pojav moderne dobe, ki se je z valom sprememb, ki so zajele sodobno družbo, tudi sam otresele časovno-prostorskih omejitev.

Po podatkih Svetovne turistične organizacije pod okriljem Organizacije združenih narodov (UNWTO) je v zadnjih šestih desetletjih na področju turizma zaznana kontinuirana ekspanzija in diverzifikacija, kar vzpostavlja turizem kot enega največjih in najhitreje rastočih področij gospodarstva na svetu. Napram tradicionalnim destinacijam (Severna Amerika, Evropa) se nenehno pojavljajo nove. Turizem postaja eden ključnih dejavnikov socio-ekonomskega razvoja, saj se z investicijami odpirajo nova podjetja in delovna mesta ter se razvija infrastruktura. (United Nations World Tourism Organization 2015)

Številne razvijajoče države poskušajo prav s spodbujanjem tujih investicij v turizem pospešiti gospodarski razvoj. Vendar pa lahko nekontrolirana rast globalne turistične industrije povzroči tako socialne kot okoljske probleme.

Zgolj za ilustracijo navajamo primer iz Tajske, kjer vlada spodbuja tuje investicije z odpiranjem novih naravnih parkov, medtem pa iz predvidenih območij parkov prisilno izseljuje na tisoče ruralnih prebivalcev in pripadnikov plemen. Upravljanje parkov prevzemajo vladne službe skupaj s tujimi (turističnimi) podjetji. Lokalnemu prebivalstvu je odvzeta vsakršna možnost so-upravljanja. (Pleumaron 1999)

Mednarodne organizacije so v izogib tovrstnim praksam jasno opredelile smernice in sprejele številne resolucije o razvoju trajnostnega turizma. Trajnostni turizem je vključen tudi v *2030 Agendo za trajnostni razvoj*, ki jo je Organizacija združenih narodov sprejela leta 2015. Skladno s tem je UNWTO opredelila sedemnajst ciljev trajnostnega razvoja in turizma. (UNWTO 2015) Poleg tega je OZN razglasila leto 2017 za mednarodno leto trajnostnega turizma za razvoj. Resolucija, ki je bila sprejeta 4. decembra 2015, prepozna pomen mednarodnega turizma s poimenovanjem mednarodnega leta trajnostnega turizma za razvoj in spodbuja k boljšemu razumevanju in večjemu zavedanju bogate dediščine različnih civilizacij s ciljem večjega spoštovanja različnih kultur, s čimer prispeva tudi h krepitvi miru po svetu.

Predstavljeni fenomeni nas neizogibno privedejo do konceptualnega vprašanja, kaj je tisto, kar turizem vzpostavlja kot specifično dejavnost. Za primarni pojasnjevalni koncept smo si izmed številnih teoretičnih pristopov izbrali pojem 'pogleda', ki ga je v svojem delu *The tourist gaze* uvedel John Urry (1990, 2002).

»Turistični pogled izraža dinamiko povezano s turistovo izkušnjo in kompleksnostjo socialne organiziranosti turizma«. (Bajc 2007) Omogoča nam artikulirati, kaj loči turistovo izkušnjo od

vsakdanjega življenja in osvetli načine, ki jih imata produkcija in poraba turističnih dobrin na socialne odnose.

Turistični pogled sugerira, da turistovo doživetje vključuje prav poseben način videnja. Podobe turističnih destinacij, ki jih uporablja marketinška industrija, torej upodobitve tega, kar naj bi se videlo, so nenavadne in osupljive. Ti pogledi vzbujajo pričakovanja širokega spektra doživetij, od romanc in užitka, do zdravja in izobraževanja. Turistične podobe temeljijo na izbranih elementih iz zgodovine, kulture, načina življenja, lastnostih mest in pokrajin ter so zajete v fotografijah, filmih, spominkih in drugem. Ti mediji omogočajo brezkončno reprodukcijo in globalno diseminacijo. Na turističnem trgu tekmujejo posamezne turistične destinacije preko svojih blagovnih znamk (ang. *brand*), ki naj bi določeno destinacijo ločevale od drugih. Mestne in državne oblasti aktivno participirajo pri prepoznavnosti turističnih destinacij, kar je mogoče najbolj izrazito pri organizaciji svetovnih športnih dogodkov. (prav tam)

Turizem je postal centralna komponenta procesa globalizacije. Kot ugotavlja Urry (2001), smo bili v 90. letih priča izjemni *time-space compression*. Ne le, da je turizem sam del tega procesa, temveč k temu bistveno prispeva. Obstaja zbir razvojnih dejavnikov, ki premikajo turizem iz obrobja sveta, tudi akademskega, v sam center globalne družbe:

- Turistična infrastruktura se vzpostavlja tudi na tistih krajih, kjer je bilo nekoč smatrano, da je to malo verjetno (Aljaska, Mount Everest, zapori, vesolje).
- Povečuje se število turistov iz različnih držav, še posebej z 'vzhoda' (kjer je bil nekdanji prostor, ki so ga konzumirali in obiskovali tisti z 'zahoda').
- Znotraj globalnega turizma je najti številne oblike dela (od transporta, oblikovanja podob turističnih destinacij, del povezanih z množičnimi mediji in drugo).
- Globalne trgovske znamke, ki vstopajo v globalni turizem so osvobodile meja realnega sveta skladišč in produkcijskih obratov.

Urry poudarja, da obstajajo številni načini, kako se ljudje in kraji približujejo znotraj globalnega sveta. Globalno in turizem nista dve ločeni entiteti; sta del kompleksnih in medsebojno povezanih procesov. (prav tam)

Kapitalizem je prešel niz zgodovinskih stopenj in vsaka od teh je povezana z dominantno obliko potovanja in turizma. Pred-kapitalizem zaznamuje organizirano raziskovanje, liberalni kapitalizem – individualna potovanja bogatih, organizirani kapitalizem – organizirani masovni turizem, dezorganizirani kapitalizem pa vodi v konec turizma. (Lash in Urry 1987)

V turističnem pogledu so aspekti, ki naznanjajo izkušnjo postmoderne. Da bi razumeli turistični pogled je potrebo razumeti prehod iz moderne v postmoderno. Moderna vključuje diferenciacijo, tako horizontalno (ločen razvoj številnih institucionalnih in normativnih sfer, ekonomije, družine, države, morale, umetnosti) kot vertikalno (med kulturo in življenjem, med visoko in nizko kulturo, med visoko umetnostjo in popularno zabavo, med elitnimi in množičnimi oblikami potrošnje). Postmoderno Urry opiše kot zmanjšanje ovir med vsemi temi področji. To zmanjšanje oz. de-diferenciacija je na področju turizma močno povezana z vzponom množičnih medijev. Medijske podobe inkorporirajo v vsakdanje življenje tisto, kar je prej vzpostavljalo distinktiven turistični pogled (Urry to nazorno predstavi s primerom angleških obmorskih letovišč). In ravno ta prevlada medijskih podob bi vodila v novo fazo turizma oz. koncu turizma kot posebnega fenomena. (Fotsch 2003)

Po drugi strani pa ravno teoretik moderne Zbignijew Bauman postavi lik turista, sicer zgolj v metafori, celo kot nosilca postmoderne pogleda na svet. Bauman razlaga, da si je kulturo moderne lahko predstavljati z likom 'romarja', kulturo postmoderne pa z likom 'turista'. 'Romar' ne potuje zato, da bi se naslajal nad zanimivostmi, ampak zato, da bi potrdil pripadnost enotnim vrednotam, ki jih prostorska oddaljenost ne more oslabiti. Stalni kraj bivanja in sveti center sveta (Meka, Jeruzalem), kamor je obrnjena zavest romarja, sta bistvo točke enotno organiziranega in hierarhično urejenega prostora, ki daje našemu življenju višji smisel.

'Turist' prečka celine in želi okusiti kulturno eksotiko, ki pa ni nič več kot radovednost. Tukaj ne pričakujemo angažiranosti, ... občutek odmaknjenosti od vsega, zavest svobodnega opazovalca, dopustnika ali igralca sestavljata glavni šarm turizma. 'Turist' ne išče enotnega smisla, nasprotno, meje različnih kultur prestopa v upanju videti nekaj načelno drugačnega, neprimerljivega. Njemu bi ustrezala popolna mozaičnost sveta. (Bauman v Panarin 2011)

S tem pa že stopamo iz makro perspektive k mikro ravni oz. turistu samemu.

1.3 TURIST IN NJEGOVE SPREMINJAJOČE POTREBE

Ko govorimo o post-turizmu ali post-turistu moramo razumeti, da gre pri tem zgolj za splošno družbeno ozadje, znotraj katerega se zarisujejo specifičnosti posameznega turista. Šele z razumevanjem njegove osebne motivacije lahko bolj natančno načrtujemo in tržimo posamezen turistični produkt ali destinacijo kot celoto.

Že omenjeni John Urry je bil eden prvih teoretikov, ki je opozoril na pomen turista oz. njegovega 'pogleda'. Prevladujoče strukturalistične teorije so se osredotočale predvsem na turistično ponudbo, ki je v veliki meri determinirala tudi turistovo obnašanje. Kot pravi Urry, je res, da globalna turistična ponudba sledi podobni formuli, kar pa nas ne sme nikoli zavesti v (napačno) sklepanje, da je tudi turistovo obnašanje uniformo. S pojmom 'turističnega pogleda' je Urry premaknil fokus raziskovanja iz turistične ponudbe k porabi oz. porabniku turističnih produktov, subjektu. Vse, kar je na voljo turistu je lahko pripravljeno vnaprej, vendar ne more determinirati njegovega obnašanja ali prioritete. Turist ima svobodno voljo, da turistične atrakcije vidi drugače ali pa jih sploh ne vidi. Njegov pogled je visoko diferenciran. Tako je pogled ženske drugačen od pogleda moškega, pogled pripadnika višjega socialnega sloja je drugačen od pogleda tistega, ki izhaja iz nižjih socialnih slojev. (MacCannell 2001)

»Ni enega turističnega pogleda kot takega. Spreminja se glede na družbo, socialne skupine in zgodovinska obdobja. Ti pogledi se oblikujejo skozi razlike... Kar vzpostavi določen pogled turista je odvisno od tega, kaj je v kontrastu z njim, kakšne so oblike ne-turistične izkušnje«.

(Urry 1990, 2)

Za Urryja je pglavitni motiv turistovega potovanja želja, da zapusti dom in vidi nekaj drugačnega. Turistični pogled je na primer usmerjen na tiste lastnosti pokrajine, ki jih ločujejo od njegove vsakdanje izkušnje in so s turistove perspektive nenavadne. Turizem torej izhaja iz temeljne binarnosti med vsakdanjim/ navadnim in nenavadnim. (MacCannell 2001)

Motivacija je bistvena determinanta turistovega obnašanja. Nanjo vplivajo predvsem potrebe, ki so v motivacijskih teorijah največkrat opredeljene kot tisti vzgibi, ki spodbudijo določeno (motivirano) obnašanje. Posameznik koristi določeno turistično storitev zato, da bi zadovoljil svoje potrebe. Na drugi strani pa je zadovoljstvo posameznega turista tudi cilj, h kateremu stremijo turistični ponudniki. Najbolj znana je Maslowa hierarhija potreb, pogosto uporabljena pa je tudi *push-pull* teorija.

Cohen (Tourism Essay 2015) je na osnovi spoznanja, da vsi turisti kombinirajo potrebo po novosti in potrebo po tem, da se ohranja nekaj (po)znanega, opredelil štiri tipe turistov:

- Organizirani masovni turisti, ki kupujejo turistične pakete *all inclusive*, da bi obiskali klasične destinacije masovnega turizma, kjer je vse določeno vnaprej.
- Individualni masovni turist je zelo podoben organiziranemu masovnemu turistu s to razliko, da hoče poskusiti tudi nekaj novega, kar ni vnaprej pripravljenih paketih.

- Raziskovalec je bolj pustolovski. Sam se odloča in sam organizira svoje potovanje s tem, da občasno koristi storitve turistične agencije oz. turističnih agentov.
- Pohajkovalec išče intenzivno izkušnjo in se želi 'potopiti' v lokalno skupnost.

S to klasifikacijo je Cohen vzpostavil zanimivo povezavo med potrebo po enkratni izkušnji in potrebo po varnosti. V kasnejših delih jo je preobrazil v kontinuum tipov turistovega doživetja, v katerem je na strani varnosti ponarejena, površna izkušnja na drugi pa izkušnja izvirnosti, avtentičnosti. (prav tam)

Če se še enkrat vrnemo k turističnem pogledu in Johnu Urryju, vidimo, da množstvo medijskih podob v vsakdanjem življenju sodobne postmoderne družbe bistveno vpliva na turistovo izkušnjo. Tisto, kar je bilo nekdaj popolnoma navadno, se lahko preko medijske estetizacije prepozna kot potencialni spektakel in obratno, kar je bilo nekdaj drugačno in nenavadno, postaja vedno bolj dolgočasno. (Fotsch 2003)

Z razvojem informacijskih tehnologij se vzpostavljajo nove oblike turistične potrošnje, oblikujejo se novi tipi turistov. V Tabeli 1.1 so predstavljene temeljne značilnosti novega turista.

Tabela 1.1: Primerjava med starim in novim turistom

Stari turist	Novi turist
Išče sonce.	Hoče doživeti nekaj drugačnega.
Sledi masam.	Hoče odločati sam.
Danes je tukaj, jutri drugje.	Glej in uživaj, vendar ne uničuj.
Zgolj da pokažeš, da si bil.	Zgolj za zabavo.
Imeti.	Biti.
Superiornost.	Razumevanje.
Ima rad znamenitosti.	Ima rad aktivnosti.
Previden.	Pustolovski.
Je v hotelski restavraciji.	Poskuša lokalno hrano.
Homogen.	Hibriden.

Poleg tega novi turisti priznavajo, da rešitve problemov, ki jih povzroča turizem, niso samo v novih pristopih načrtovanja in upravljanja, ampak tudi v primernejšem vedenju turistov samih. Novi turisti sami 'delajo v turizmu', zato imajo bistveno drugačen pristop in interpretacijo turistovega doživetja kot masovni turisti. (Poon v Huang 2010)

Posameznik se vzpostavi kot subjekt, kot aktivna oseba, ki 'dela turizem'. Biti turist pomeni delovati. Turizem je 'telesna dejavnost' (ang. *embodied practice*), ki vključuje dotikanje, vonjanje, poslušanje, okušanje in gledanje. Vidne zaznave niso ločene od drugih čutov, ampak so z njimi vzajemno povezane. (prav tam)

V kolikor še vedno obstaja masovni turizem in njegove izpeljanke, pa se število 'novih turistov', 'raziskovalcev' in 'pohajkovalcev' povečuje. Tudi znotraj turizma povezanega z opazovanjem živali.

1.4 TURIZEM POVEZAN Z OPAZOVANJEM PROSTO ŽIVEČIH ŽIVALI

Glede na Program Združenih narodov za okolje in Konvencijo o varstvu selitvenih vrst prosto živečih živali (UNEP/CMS) je "turizem opazovanja živali vrsta turizma, ki se organizira in izvaja z namenom opazovanja in srečanja živali. Turizem opazovanja živali se nanaša izključno na nepotrošne oblike aktivnosti, ki temeljijo na opazovanju, včasih tudi na dotikanju ali krmljenju živali, v nasprotju s potrošnimi oblikami, kot sta lov in ribolov" (Karamanlidis in drugi 2016, 5).

V turizmu povezanem z opazovanjem živali, se odražajo bistvene razlike odnosa do živali moderne in postmoderne družbe. Veliko število pojavnih oblik sicer izhajajo iz same moderne, kot so na primer živalski vrtovi ali hišni ljubljenci. Prav tako se nadaljuje množičnost prostočasnih aktivnosti povezanih z opazovanjem živali, ki so se pojavile v prvi polovici 20. stoletja s tem, da se je njihov obseg konec 20. stoletja bistveno povečal.

Ta temeljna razlika po Franklinu (1999) izhajajo iz človekove želje, da se živalim čim bolj približa. Iz tega izhajajo tudi vedno bolj diferencirane in decentralizirane pojavne oblike. Po njegovem mnenju je 'približevanje' živalim najbolj vidno ravno v turizmu, ki živali naredi vidne in dostopne (ang. *visible and visitable*), medtem ko se zagotovi trajnostni odnos do okolja. Tak način opazovanja je tudi veliko cenejši kot urejeni vodni parki ali živalski vrtovi.

Najboljši primer iz tega obdobja je opazovanje kitov, saj je bilo, v primerjavi s sedanjim obsegom, do 70. let prejšnjega stoletja zanemarljivo majhno. V tem obdobju se v nacionalnih parkih začnejo tudi prve dejavnosti povezane z opazovanjem živali. Primeri za to so foto safari v Afriki, potapljanje ob Velikem koralnem grebenu in na Karibih, začne se razvijati turizem na Antarktiki. Pojavijo se tudi druge oblike dopustnikovanja, ki je povezano z živalmi: treking s kamelami, počitnice na ranču oz. kmetiji, rodeo delavnice in podobno. (Franklin 1999, 46–83)

Konec 20. stoletja so se bistveno spremenile oblike prisotnosti živali v družbi, bistveno pa se je spremenil tudi človekov odnos in percepcija živali. Najbolj nazorno lahko to prikažemo s primerjavo opazovanja v živalskih vrtovi in v naravnih parkih. Živalski vrtovi predstavljajo kontrolirano okolje z nenaravnim obnašanjem živali, medtem ko okolje naravnega parka še predstavlja 'pravo' naravo. Opazovanje v živalskem vrtu temelji na zabavi in sprostitvi ter je predvidljivo. Opazovanje v naravnih parkih izhaja iz človekovega neposrednega stika z nepredvidljivo naravo. (prav tam)

Menimo, da lahko na tej točki potegnemo vzporednico, saj je postmoderno približevanje živalim podobno načinu, kako se post-turist približuje različnim kulturam. Postmodernemu opazovalcu živali niso zgolj objekt zabave ali vir novih spoznanj. Približati se jim hoče na način, da jih spozna v njihovi 'avtentičnosti'. Živali si ne ogleduje, ampak jih opazuje na način celovitega doživljanja.

Že v izhodišču smo poudarili, da mora turizem, povezan z opazovanjem živali, še posebej prosto živečih, neizogibno spoštovati vsa načela trajnostnega oz. odgovornega turizma. Njegovi vplivi na biotsko raznovrstnost so lahko kaj hitro negativni in vodijo tako v kratkoročne spremembe v fiziologiji in vedenju posameznih živali, spreminjanju in izgubo habitatov kot tudi vnosu novih bolezni. (Green in Giese v Karamanlidis in drugi 2016, 6)

Ohranjanje in varovanje narave ter živali je zagotovo bistvenega pomena, ki pa se v turizmu povezanem z živalmi sooča tako z zahtevami turistične industrije po dobičku, kot s pričakovanji in potrebami turistov ter lokalnimi skupnostmi. Kljub temu, da so vključeni številni dejavniki, je mogoče s primernim načrtovanjem in upravljanjem produktov vzpostaviti *win-win* situacijo. (Reynolds 2001)

Možne prednosti takega načrtovanja so predstavljene v Tabeli 1.2 in veljajo za turizem povezan z zvermi, kamor spada tudi rjavi medved.

Tabela 1.2: Možne prednosti turizma povezanega z zvermi za različne deležnike

Prednosti za turizem	Prednosti za zveri	Prednosti za lokalno skupnost
Trženje – zveri so močno marketinško orodje	Ozaveščanje – turizem pripomore k večji ozaveščenosti, tako na lokalni kot na mednarodni ravni	Gospodarstvo – turizem povezan z zvermi lahko pospeši gospodarski razvoj
Izobraževanje – z različnimi izobraževalnimi metodami in oblikami se okrepi turistično doživetje	Raziskovanje – dohodki iz turizma lahko spodbujajo raziskave o manj poznanih vidikih biologije zveri	Dediščina – turizem povezan z zvermi lahko vključuje elemente lokalne dediščine
Dodana vrednost – edinstvenost doživetja povezanega z zvermi poveča vrednost turističnim produktom	Financiranje – dohodki iz turizma so lahko namenjeni prizadevanjem za varstvo in ohranitev zveri	Partnerstva – sodelovanje med različnimi deležniki turizma povezanega z zvermi zmanjšuje konflikte

Vir: Karamanlidis in drugi (2016, 6)

2 MEDVEDJI TURIZEM

2.1 RJAVI MEDVED - AVTOHTONA ŽIVALSKA VRSTA V SLOVENIJI

Rjavi medved (*Ursus arctos*) je vrsta iz družine medvedov (*Ursidae*) in največja danes živeča zver v Evropi. Medved je zavarovana in evropsko pomembna vrsta, varujejo ga številne mednarodne konvencije, na primer bernska konvencija in konvencija CITES. Ima velike prostorske zahteve, oportunistični omnivorski način prehranjevanja, veliko mobilnost in očitno tudi toleranco do navzočnosti ljudi, zato ga uvrščamo med ranljive vrste.

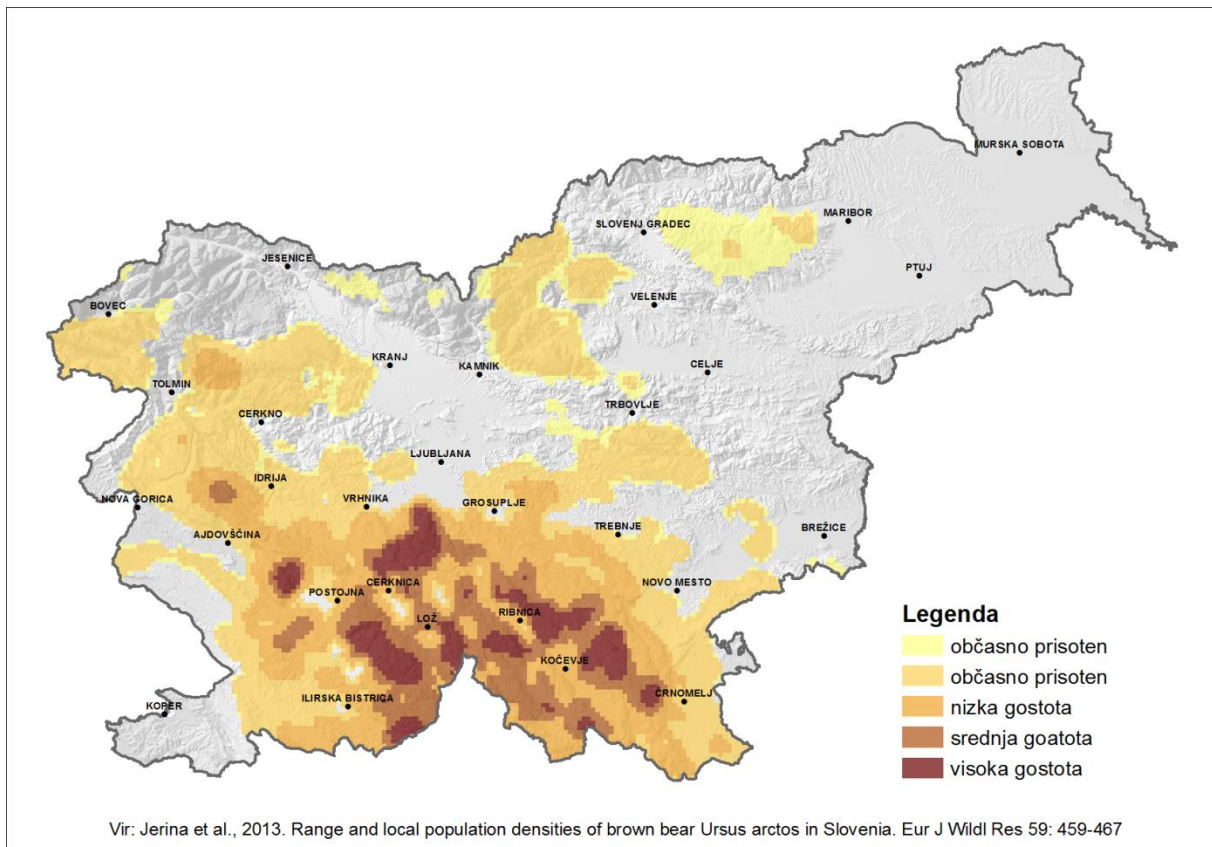
V Evropi živi na površini 2,5 milijona km² približno 50.000 medvedov. Populacijske gostote se spreminjajo in so odvisne od dostopnosti hrane, obsega odvzema medvedov iz narave in rasti ali upadanja populacije. (Agencija Republike Slovenije za okolje 2016)

Rjavi medved je v preteklosti poseljeval območje celotne Evrope (razen velikih otokov kot Irska, Islandija, Korzika in Sardinija), danes je iz večine predelov izginil. Ob tem, ko se je

človeška populacija povečevala, je prihajalo tudi do izgube primernih habitatov zaradi krčenja gozdov in intenzivne kmetijske rabe prostora ter intenzivnega lova na to žival. Največja gostota medvedov (100-200 medvedov/1000 km²) je v Romuniji in državah dinarskega sveta, medtem ko je bistveno nižja (0,5-1 medved/1000 km²) na območju Finske in Norveške. (Strategiji upravljanja z rjavim medvedom (*Ursus arctos*) 2002)

Slovenski medvedi so del alpsko – dinarsko – pindske populacije, ki zajema območje od vzhodnih Alp v Avstriji in severovzhodni Italiji vse do gorovja Pindos v Grčiji. Slovenija se nahaja na severozahodnem robu strnjene območja dinarske populacije medveda in je s tem najbolj zahodni del areala populacije rjavega medveda v Srednji Evropi.

Slika 2.1: Prisotnost rjavega medveda v Sloveniji



Vir: Agencija Republike Slovenije za okolje (2016)

Osrednje območje razširjenosti medveda v Sloveniji zajema visoki kras. To je območje strnjениh mešanih gozdov z razgibanim in nepreglednim terenom. Razdelimo ga lahko na tri večje dele:

- ZAHODNI VISOKI KRAS (937 km²), ki se razteza severno od avtoceste Ljubljana – Postojna – Razdrto. Kljub temu, da je gozdni habitat zelo kvaliteten, še posebej na planotah Hrušica in Nanos, je gostota medvedov majhna.
- NOTRANJSKA (1306 km²) zajema zahodno pobočje Javornikov, Snežnik in Iško. Za ohranjanje velikih zveri je ta regija še posebej pomembna, saj se na svoji celotni južni meji nadaljuje v hrvaški Gorski kotar. Na tem območju, za razliko od Kočevske, kmetijskih pritiskov praktično ni.
- KOČEVSKO – BELOKRANJSKA REGIJA (2400km²) je največji del osrednjega območja medveda. Razteza se od Iške do Bele krajine. Z vidika ekologije ima največjo nosilno kapaciteto, a je tu medved vseeno bolj ogrožen kot na drugih dveh delih. Tu se namreč povečuje število ovc in koz ter drugih kmetijskih aktivnosti v gozdnatih predelih.

Glede na raziskavi, ki sta bili v letu 2008 izvedeni v okviru Agencije RS za okolje, je populacija medveda v Sloveniji v letu 1998 znašala okoli 290 osebkov, leta 2006 okoli 370 osebkov in leta 2008 okoli 320 osebkov. (Agencija Republike Slovenije za okolje 2016)

V projektu, ki ga je izvajala Biotehniška fakulteta iz Ljubljane, je bilo v letu 2007 opredeljenih 354 različnih medvedov (159 samcev in 195 samic). Na podlagi teh števil je bila izdelana še ocena njihove številčnosti, ki s 95-odstotno stopnjo zaupanja znaša med 394 in 475 rjavih medvedov. Večina medvedov se je zadrževala na območju Javornikov, Snežnika, Menišije, Velike gore, Goteniške gore in Male gore. (Kos in drugi, 2008)

V okviru projekta LIFE DINALP BEAR se je konec decembra 2015 zaključilo zbiranje genetskih vzorcev na območju stalne prisotnosti rjavega medveda v Sloveniji in na Hrvaškem. Po zadnjih poročilih je bilo zbranih okrog 4500 vzorcev, ki so trenutno v fazi analize. Rezultati naj bi bili znani konec leta 2016. (LIFE DinAlpBear)

Po ocenah raziskovalcev je slovenski del populacije rjavih medvedov v dobrem stanju, tako glede številčnosti kakor tudi glede genske raznolikosti.

Osnove za razvoj dobrih produktov medvedjega turizma so v Sloveniji, vsaj kar se tiče stanja medvedje populacije, izjemno dobre. Isto velja tudi za Loško dolino, saj leži znotraj osrednjega območja razširjenosti medveda v Sloveniji. Ob tem velja opozoriti, da na tem območju t.i. kmetijskih pritiskov, ki so v nekaterih predelih temeljni vir konflikta med človekom in medvedom, skorajda ni.

2.2 MEDVED IN ČLOVEK

Velike zveri že tisočletja spremljajo človeka. Svojo pomembno vlogo so odigrale v mitih in legendah starodavnih ljudstev in jim pomagale razumeti vesoljni red in medčloveške odnose (Chevalier 1994). Veliki in Mali medved nas spremljata kot ozvezdji na nočnem nebu. Medved je prikazan v grbih pomembnih plemiških družin in mest (Bern, Berlin), postal je simbol regij, dežel, nacij. Ikonografija medveda predstavlja zagotovo eno izmed najbogatejših živalskih podob, razširjeno po celem svetu.

Za razliko od volka, ki v pravljicah in pripovedkah, tako ljudskih kot umetnih, največkrat nastopa kot negativen lik (*Rdeča kapica, Volk in sedem kozličkov*), je medved človeku prijazen in ustrežljiva žival. Najbolj znana pravljica pri nas je zagotovo *Hvaležni medved*, zelo poznane pa so tudi *Zlatolaska in trije medvedi, Medved išče pestunjo, Zrcalce, zrcalce..., Lov na medveda*, pa *Maša in medved* ter druge.

Medved največkrat nastopa kot prijazen in dobrosrčen lik, včasih je tudi nekoliko lenoben. Je sicer samosvoj, a hkrati socialen, s čutom do drugega.

Etnološke pripovedke iz Loške doline so polne najrazličnejših prikazni in spak, ki naj bi prebivale v gozdu in bile nevarne, še posebej otrokom (Ožbolt 2004). Medveda ni med njimi. So pa starši strašili svoje otroke in jim s tem preprečevali, da bi se podali v gozd, z volkom. Podobno ugotavlja tudi Erhartičeva, da so slovenske pripovedi, pa tudi šolski učbeniki, bili do medveda veliko bolj prizanesljivi, kot na primer do volka ali celo risa. »Ponovno in ponovno je bilo poudarjeno, da največja zver v naši deželi nikakor ne more biti tako nevarna kot sta volk in ris, upoštevajoč, da je medved zelo boječ in se izogne ljudem, če je le mogoče« (Erhartič v Kryštufek in drugi 2003, 91–93).

Odnos ljudi do medvedov v Loški dolini v preteklosti je lepo zaznati iz treh pripovedi, zbranih v že omenjeni knjigi Milene Ožbolt. V izvorniku so zapisane v dialektu, tukaj jih zgolj povzemamo.

Prva, *Sem tepla medveda*, govori o tem, kako je medved vzel dvema grabljicama nahrbtnik z malico. Ker je bil nahrbtnik sosedov (in se ga ni smelo izgubiti), se je ena kar z grabljami spravila nad medveda in sploh ni pomislila, da bi ji kaj naredil! Medved je renčeč odšel stran.

Drugo, *Menda boš šla ja nazaj*, pripoveduje lovec. Ko so 'jagali' je mimo prišel medved. Cela mrcina. Medvedka in mladiček. Namesto, da bi nameril puško, jo je le 'prijel' in rekel: »Kam

hodiš, mrcina, menda boš šla ja nazaj. Kam hodiš!« Medvedka je zavila stran, mali medvedek pa je prav tako prišel pogledat in se usedel na panj.

Tretja pripoved, *Kako je pozdravil medveda*, govori o polharju, ki je videl, da nekdo sedi na hruški in jo trese. Bil je že mrak, pa je mislil, da je to stric, ki obira hruške, da bi skuhal šnops. In ga ogovori. Takrat pa v hruški močno zašumi, počí, medved zarjovi in pade dol. Polhar, tako pravi pripovedovalka, pa je tudi zatulil – in vsak je tekel v svojo stran. (Ožbolt 2004, 267–268).

V navedenih pripovedih se izraža skorajda hudomušen odnos do medveda. Tudi če je pri srečanju prisoten strah, se dogodku oz. medvedu ne pripisuje negativnih lastnosti. Medvedi in njihovo obnašanje je opisano na način, da ga človek razume (mali medvedek pa je prav tako prišel pogledat) oz. je primerljivo s človekovim obnašanjem (sedel je na hruški in jo tresel, vsak je tekel na svojo stran, vzal je nahrbtnik z malico). Na nek način je medved (bil) človeku zelo blizu.

Poseben odnos se do medveda kaže tudi skozi lov. Medved je bil še v času, ko so ga drugod po Evropi in tudi v Italiji preganjali kot škodljivo zver in za njegovo glavo izplačevali nagrade, na slovenskem ozemlju že do določene mere varovan. Vse od leta 1890 je bil namreč medved po gozdnih veleposestvih v jugozahodnem delu Slovenije in po sosednjem Gorskem Kotarju na Hrvaškem že zavarovan kot posebno dragocena vrsta divjadi. (Strategija upravljanja z rjavim medvedom (*Ursus arctos*) 2002)

V tem času je bila lastnik obsežnih gozdov okrog Loške doline knežja družina Schönburg Waldenburg. V lasti so imeli tudi grad Snežnik, ki jim je služil predvsem kot letni oz. lovski dvorec. Kot navaja Alenka Kačičnik Gabrič v svojem članku, so si od leta 1853 močno prizadevali povečati stalež divjadi, saj jim je lov pomenil zelo cenjeno zabavo. Odstrel medveda so dovoljevali le redkim posameznikom iz svoje družine. Princ Herman je svojega prvega medveda ustrelil leta 1893 v Leskovem grmu, princ Ulrik, Hermanov mlajši brat, pa leta 1898 na zalazu pod hribom Grajševka. Leta 1900 se je knez Henrik Meklenburški, njun bratranec, ki je bil na Snežniku pogost lovski gost, na zalazu v Leskovem grmu srečal z medvedko in njenima mladičema. Starejšega mladiča je princ Henrik ustrelil, medvedka pa ga je zaradi tega napadla. Vendar se je takrat oglasil mlajši mladič, kar je medvedkino pozornost preusmerilo nanj in princ je nepoškodovan odnesel celo glavo. V spomin na dogodka, ko sta padla 'Hermanov in Henrikov medved', so na obeh krajih, kjer sta bila medveda ustreljena,

postavili spominske kamne, ki še danes označujejo kraj ulova. Nagačen 'Hermanov' medved pa še danes krasi vhodno avlo snežniškega gradu.

Za odstrel vsakega medveda na graščinski zemlji so dobro pretehtali vsa dejstva za in proti, preden so ga dovolili. Tudi ko je leta 1910 medved v nekaj dneh raztrgal več velikih in močnih jelenov v bližini prostora za krmljenje divjadi v jelenji obori v Leskovi dolini, je princ Herman dovolil njegov odstrel s poudarkom, če se medved pač ne da odgnati. (Kačičnik Gabrič 2001, 245–243)

Sodoben odnos do medveda je večplasten. Rezultati nekaterih raziskav o odnosu človeka do medveda so predstavljeni v zborniku *Living with bears* (Kryštufek in drugi 2003), ki razkriva predvsem vzroke konfliktov med človekom in medvedom ter išče možnosti njune kohabitacije. Ne da bi se podrobneje spuščali v analize, ki zajemajo poleg Slovenije tudi Avstrijo, Italijo, Francijo in Švico, se nam zdi pomembna ugotovitev, da je nelagodje glede medvedov večje v ruralnih predelih, kjer divjina prihaja v neposreden stik s kultivirano naravo in rejo živali, in manjše tam, kje so se ljudje distancirali od divjine, a hkrati romantizirajo divjino znotraj njihove kozmologije.

Zadnja leta na območju občine Loška dolina ni bila izvedena nobena javnomnenjska raziskava, ki bi verodostojno predstavila, kakšen odnos imajo prebivalci te občine do medvedov.

Konec leta 2004 in v začetku leta 2005 je bil po naročilu Občine Loška dolina vsem gospodinjstvom razdeljen *Vprašalnik o rjavem medvedu pri nas*. Žal nam drugih podatkov, razen rezultatov raziskave, ni uspelo pridobiti¹.

Sodelovanje v raziskavi ni bili obvezujoče, izpolnjen vprašalnik je vrnilo 330 gospodinjstev.

Koliko vprašalnikov je bilo razdeljenih ni podatka (predvidevamo, da okrog 1500, saj je bilo po Popisu 2008 v občini Loška dolina 1550 gospodinjstev). Kljub temu, da menimo, da rezultati niso reprezentativni, navajamo nekaj odgovorov.

Od 330 anketirancev jih je kar 308 že videlo medveda v naravnem okolju in le 15 nikoli. Največkrat so ga videli iz avta v naselju, gozdu ali drugod, neposredno v naselju in/ali gozdu je medveda videlo 80 anketirancev, od tega 35 samo v gozdu in 27 samo v naselju.

¹ Dokumentacijo o raziskavi hrani Občina Loška Dolina.

Od 308 anketirancev, ki so že videli medveda v naravnem okolju, jih 258 ocenjuje, da se medved ni obnašal napadalno, 53 anketirancev pa temu pritrjuje.

237 anketirancev je strah iti v naravo, kjer so medvedi in kar 270 jih meni, da so medved, volk ali ris človeku nevarne zveri. Po mnenju 290 anketiranih bi morali število medvedov v Loški dolini zmanjšati, sočasno pa jih 248 meni, da bi morali medvede ohraniti v naravnem okolju za naše potomce.

Zaradi pomanjkljivih podatkov o metodologiji in izvedbi raziskave interpretacija rezultatov ni smiselna. Vseeno pa lahko ugotovimo, da kljub temu, da ljudje pogosto videvajo medveda, da jih je strah in da se zavzemajo za zmanjšanje njihovega števila, še vedno ocenjujejo, da je medveda potrebno ohraniti v naravnem okolju. Menimo, da je to ključno tudi za razvoj medvedjega turizma v Loški dolini, saj le-ta brez konsenza lokalnega prebivalstva ali vsaj njegove tolerance do prisotnosti medvedov v okoliških gozdovih, ne bi bil mogoč oz. bi bili njegovi nosilci soočeni s številnimi konflikti.

2.3 TURISTIČNI PONUDBA POVEZANA Z RJAVIM MEDVEDOM

Med razvite trge medvedjega turizma uvrščamo Kanado (Britanska Kolumbija) in Združene države Amerike (Aljaska), v Evropi Finsko. Kot pomembne ponudnike medvedjega turizma moramo omeniti tudi Romunijo in Rusijo (Kamčatka), čeprav je medvedji turizem prisoten skorajda po celem svetu.

V Sloveniji je v zadnjih letih zaznati večje povpraševanje po produktih medvedjega turizma, razvijati se je začela tudi ponudba, ki je bila v začetkih vezana zgolj na upravljavce lovišč (lovske družine, lovišča s posebnim namenom).

V občini Loška dolina obstajata dva ponudnika, ki tržita rjavega medveda: zasebni ponudnik in javni zavod. Produkti obeh se bistveno razlikujejo, saj zasebnik ponuja turistične pakete (nastanitev, opazovanje medveda), ki so namenjeni predvsem zahtevnejšim gostom, fotografom in poznavalcem, medtem ko javni zavod trži le eno aktivnost - opazovanje rjavega medveda namenjeno 'povprečnemu turistu'.

Zasebnik sodeluje predvsem s (tujimi) turističnimi agencijami, kar mu omogoča, da je zastopan kot izvajalec turističnega produkta, glede na to, da sam nima pridobljene licence za registracijo turistične agencije.

Javni zavod trži opazovanje rjavega medveda v naravnem okolju glede na dogovor z lovskimi družinami. Prvotno so same lovske družine oz. zgolj Lovska družina Lož-Stari trg organizirale in izvajale opazovanja. S porastom povpraševanja je izvedba opazovanja medveda znotraj lovske družine, ki deluje kot prostovoljna in neprofitna organizacija, postala vedno bolj težavna.

Leta 2013 je Lovska družina Lož-Stari trg sklenila dogovor z Javnim zavodom Snežnik o sodelovanju. Kasneje se je pridružila tudi Lovska družina Iga vas. Obe lovski družini imata sklenjeno *Pogodbo o sodelovanju*, katere predmet je opazovanje rjavega medveda v naravnem okolju. Opazovanje organizira Javni zavod, izvajata pa ga Lovska družina Lož-Stari trg in Lovska družina Iga vas.

Javni zavod Snežnik prevzema naloge komuniciranja z udeleženci opazovanja, promocijo opazovanja rjavega medveda v naravnem okolju in koordinacijo izvajalcev, zaračunava storitve opazovanja rjavega medveda v naravnem okolju v skladu s svojim cenikom, ter prevzema odgovornost za plačilo storitev izvajalcem. Poleg tega nudi prostor Turistično informacijskega centra v Ložu za srečevanja udeležencev z izvajalcem in zagotovi prevajalce, če je to potrebno.

Izvajalec je dolžan zagotoviti prevoz udeležencev opazovanja, hojo skozi gozd do preže, spremstvo na preži in povratek. Izvajalec je tudi dolžan zagotoviti varnost udeležencem opazovanja in vodnikom ter izvajati opazovanje medvedov na strokoven način.

Javni zavod Snežnik uresničuje naloge, določene s pogodbo preko sledečih aktivnosti²:

Promocija. Javni zavod Snežnik povezuje turistične ponudnike na območju občine Loška dolina, promovira turistično destinacijo Loška dolina kot celoto ter posamezne turistične produkte. Produkt opazovanje rjavega medveda v naravnem okolju promovira preko svoje spletne strani www.loskadolina.info ter spletnih strani RDO Zeleni kras-Postojnska jama www.zelenikras.si in Slovenske turistične organizacije www.slovenia.info. Oglaševal ga je v nekaterih tiskanih promocijskih katalogih v Sloveniji in Avstriji (Dobra ideja, Alpen-Adria) in izdelal letak. Letak je bil natisnjen v 3000 izvodih in poslan slovenskim turistično informacijskim centrom ter drugim pomembnim turističnim ponudnikom v Sloveniji (hostli, avto kampi, zdravilišča, turistične kmetije, naravni parki in drugo). Pomembnim turističnim ponudnikom v regiji so ga dostavili osebno. Opazovanje rjavega medveda v naravnem okolju

² Podatki so zbrani s pogovori z zaposlenimi v Javnem zavodu Snežnik in z osebno udeležbo.

so predstavili tudi na nekaterih sejnih v Sloveniji (Turizem in prosti čas, Narava – zdravje, Festival za tretje življenjsko obdobje), preko RDO Zeleni kras-Postojnska jama pa tudi v tujini, predvsem v Italiji. Javni zavod Snežnik v prihodnosti načrtuje povečan obseg promocije in morebiten vstop na tuje turistične trge.

Komuniciranje z udeleženci opazovanj. Interesenti za opazovanje rjavega medveda v naravnem okolju povprašujejo predvsem preko elektronske pošte, zelo redko preko telefona, v času sezone pa tudi osebno v Turistično informacijskem centru Lož (TIC Lož). Iz evidenc, ki jih vodi TIC je razvidno, da je bilo v letu 2016 večina povpraševanj prejetih le nekaj dni pred želenim terminom ogleda oz. celo na isti dan. V letu 2015 je bila večina povpraševanj prejetih nekaj tednov, celo mesecev pred želenim terminom.

Prvo povpraševanje je največkrat informativno. TIC posreduje v odgovor dokument z osnovnimi informacijami, v slovenskem ali angleškem jeziku. Potencialni udeleženci rezervirajo termin opazovanja že po prejemu prvih informacij, nekateri zahtevajo dodatna pojasnila. Udeleženci opazovanj so v veliki večini tujci, komunikacija z njimi poteka v angleškem jeziku.

Koordinacija izvajalcev. Izvajalci opazovanja so lovci vodniki. TIC Lož vodi register razpoložljivih vodnikov. V letu 2016 so na voljo trije vodniki iz Lovske družine Lož-Stari trg in en vodnik iz Lovske družine Iga vas. Po izkušnjah TIC-a je bolje imeti na voljo manj zanesljivih vodnikov kot večje število vodnikov, ki so zgolj občasno na voljo (kot je bil to primer v preteklih letih). Lovce vodnike določijo znotraj posamezne lovske družine. Oglede vodijo izmenično lovec iz Lovske družine Lož-Stari trg, nato lovec iz Lovske družine Iga vas, v kolikor ni posebnih okoliščin ali zahtev (znanje tujega jezika, velikost opazovalnice).

Cene opazovanja so določene s cenikom Javnega zavod Snežnik (in ne s pogodbo). Za leto 2016 je cena za eno osebo 90,00 EUR, če sta v skupini dve osebi je cena 120,00 EUR in za skupino treh oseb 150,00 EUR. Od tega pripada izvajalcu za vodenje ene osebe 75,00 EUR, za vodenje dveh oseb 95,00 EUR, v primeru vodenja treh oseb pa 110,00 EUR. Lovska družina za izvajanja opazovanja javnemu zavodu izstavi račun; obračunsko obdobje v pogodbi ni določeno.

2.4.1 OPAZOVANJA RJAVEGA MEDVEDA V NARAVNEM OKOLJU

Opazovanje se začne že v TIC Lož. Tukaj se gostje srečajo z lovцем vodnikom. Predhodno jih informator seznani z osnovnimi značilnostmi rjavega medveda, njegovo razširjenostjo v Sloveniji in prisotnostjo na območju Loške doline. V ta namen imajo v TIC-u pripravljeno krajšo prezentacijo. V kolikor je na voljo več časa in obiskovalci pokažejo zanimanje, jim predvajajo tudi krajši film o rjavem medvedu ali jim predstavijo še druge znamenitosti Loške doline. Zaželeno je, da informator pove tudi kakšno zgodbo iz vsakdanjega življenja ali lastno izkušnjo povezano z medvedi. Tem gostje najraje prisluhnejo.

Udeležencem opazovanja se vedno predstavi pravila opazovanja (tih dostop do opazovalnice in mirno sedenje v opazovalnici, ki lahko traja tudi tri ure) ter se jih opozori na morebitne nevarnosti (na obnašanje, če srečajo medveda preden pridejo na opazovalnico, plezanje po nekaj metrov visoki lestvi na opazovalnico in podobno). Še posebej se udeležence opozori na dejstvo, da je verjetnost, da medveda vidijo, visoka, vendar ni nikoli sto odstotna. Medved je prosto živeča žival in njegovo vedenje ne more biti v celoti predvidljivo.

Preveri se tudi ustreznost obleke in obutve udeležencev, ki mora biti primerna vremenu in letnemu času. Odsvetuje se uporabo parfumiranih sredstev in uporabo oblačil, ki pri gibanju oddajajo šume ter svetuje se uporaba stranišča pred odhodom na opazovanje. Priporoči se uporaba daljnogleda in opozori na pravila pri fotografiranju.

Nato vodnik goste z avtomobilom odpelje v bližino opazovalnice in jih seznani z življenjem gozdnih živali in njihovimi značilnostmi, kakor tudi s pravili opazovanja. Po kratki hoji skozi gozd se gostje skupaj z vodnikom povzpnejo na opazovalnico in v tišini prisluhnejo glasovom gozda ter opazujejo živali, ki zahajajo v bližino opazovalnice. Med njimi je skorajda vsak večer tudi rjavi medved.

Opazovanje poteka v večernih urah in je odvisno od dolžine dneva in vremena; začne se okrog 18. ure in traja tri ure. Po opazovanju vodnik pripelje goste nazaj na izhodišče.

Opazovanju medvedov so namenjene tri opazovalnice, to so visoke zaprte lovske preže, ki so od kraja Lož oddaljene 15 min vožnje. Priporočena velikost skupine je največ tri osebe, na željo samih udeležencev pa je skupina lahko tudi večja (največ pet oseb), še posebej če so v njej otroci.

Opazovanje rjavega medveda je možno od aprila do sredine oktobra. Najdaljši dnevi in s tem najboljši pogoji so v juniju in juliju.

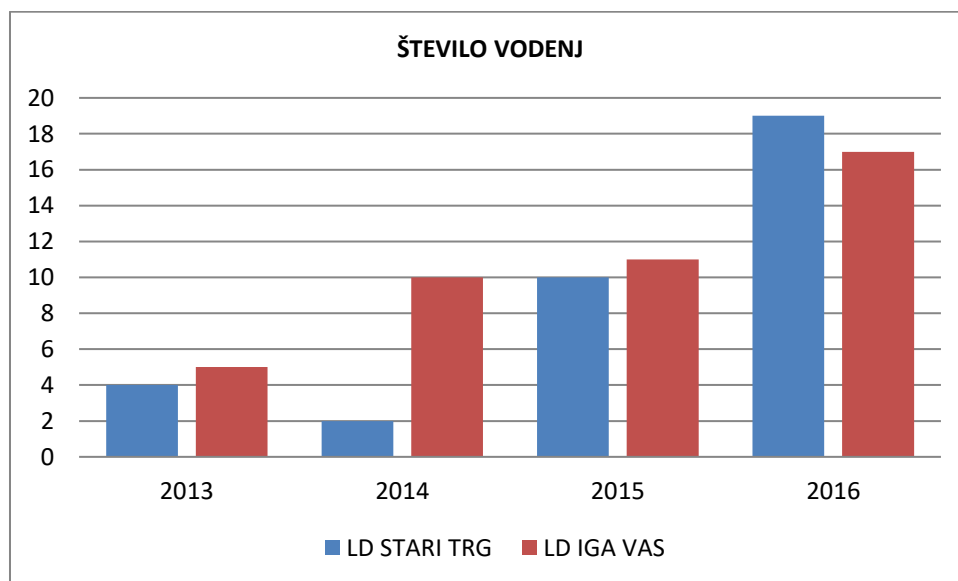
V primeru, da ob prvem ogledu medveda ni videti, ima skupina za naslednje vodenje 20% popust.

Cilj opazovanja rjavega medveda ni zgolj 'videti medveda', temveč neposredno doživeti gozd, spoznati medvedov habitat in se seznaniti tudi z drugimi živalskimi vrstami.

2.4.2 STATISTIČNI PODATKI O OPAZOVANJU RJAVEGA MEDVEDA

Po podatkih Turistično informacijskega centra Lož³ je bilo v letu 2013 devet vodenj, ki sta jih izvedli Lovska družina Lož-Stari trg in Lovska družina Iga vas, v letu 2014 dvanajst, leta 2015 enaindvajset in leta 2016 (do vključno 31. avgusta 2016) šestintrideset vodenj.

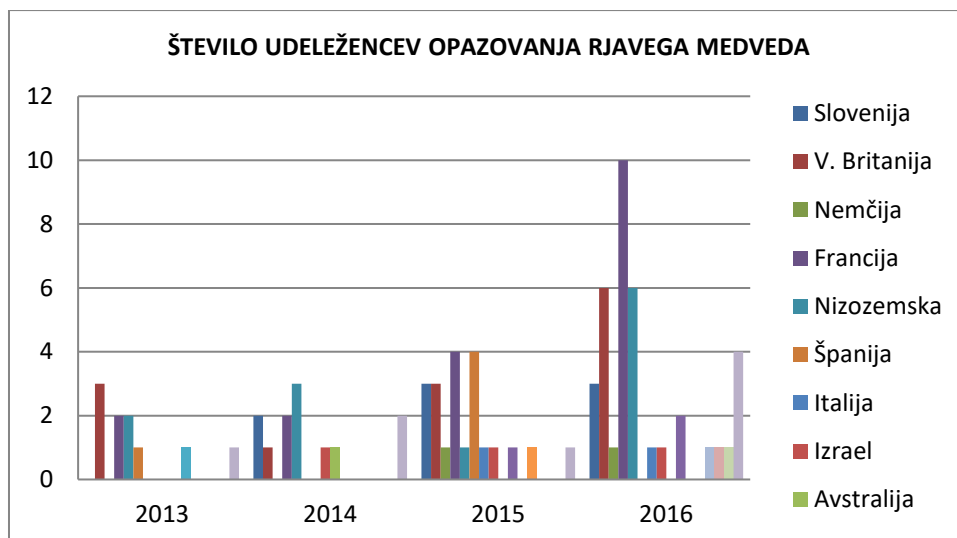
Graf 2.1: Število vodenj opazovanja medveda po letih in lovskih družinah



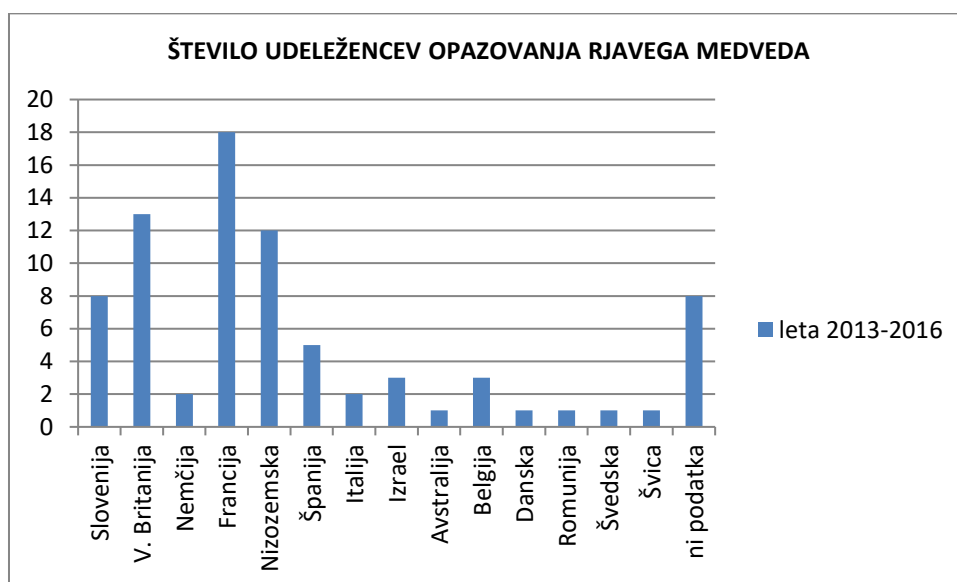
³ Evidence vodi in hrani Turistično informacijski center Lož.

Iz evidenc, ki jih vodi TIC Lož, je razvidno, da se ogledov rjavega medveda udeležujejo predvsem tujci. Iz spodnjih grafov (glej Graf 2.2, Graf 2.3) je razvidno njihovo število in država, iz katere prihajajo.

Graf 2.2: Število udeležencev opazovanj rjavega medveda po letih in državah

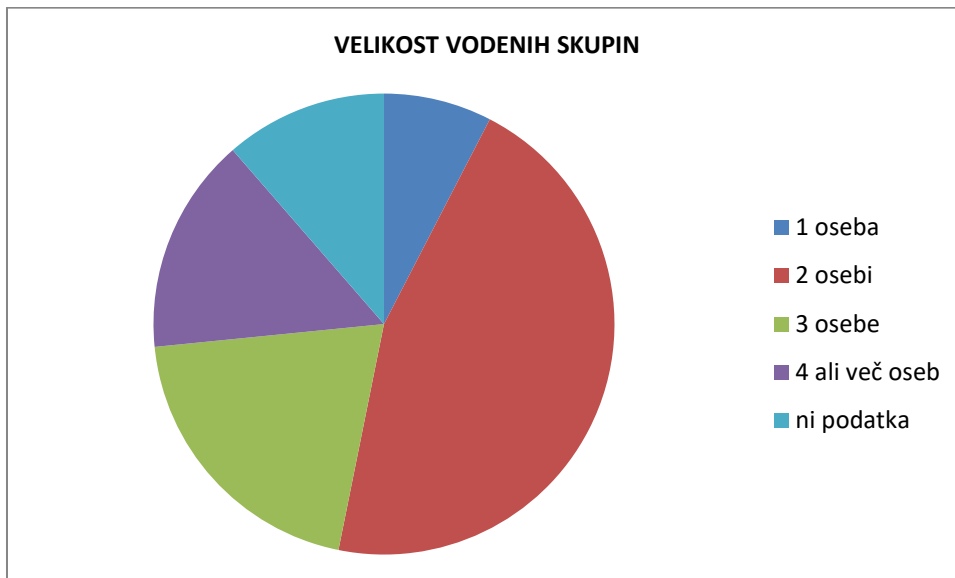


Graf 2.3: Število udeležencev opazovanja medveda po državah v letih od 2013-2016 skupaj



Graf 2.4 prikazuje velikost skupin. Skupine z več kot štirimi udeleženci so največkrat družine.

Graf 2.4: Velikosti vodenih skupin na opazovanju medveda

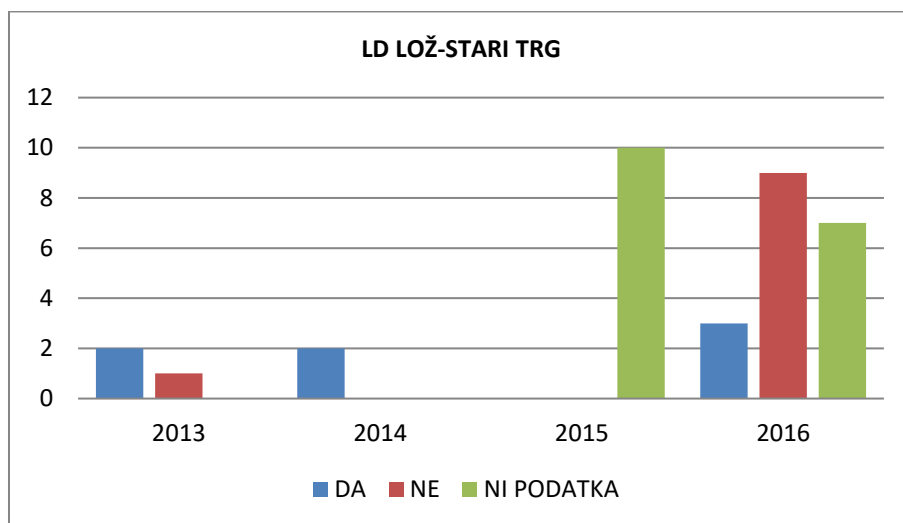


Podatkov o starostni strukturi TIC ne vodi, glede na izkušnje pa so zastopane skoraj vse starostne skupine: od otrok v spremstvu svojih staršev, do starejših oseb. Najstarejša udeleženca sta imela osemdeset let. Udeležbo ogledov za manjše otroke odsvetujejo predvsem zaradi tega, ker je na opazovalnice potrebno splezati po nekaj metrov visoki lestvi, ker je opazovanje v večerni urah in ker je nekaj urno sedenje v tišini za majhne otroke naporno. Kljub temu prepuščajo odločitev, ali vzamejo otroke s seboj na opazovalnico, staršem, z opozorilom, da lahko nemiren otrok povzroči šume, ki odvrnejo medveda, da bi se približal opazovalnemu mestu.

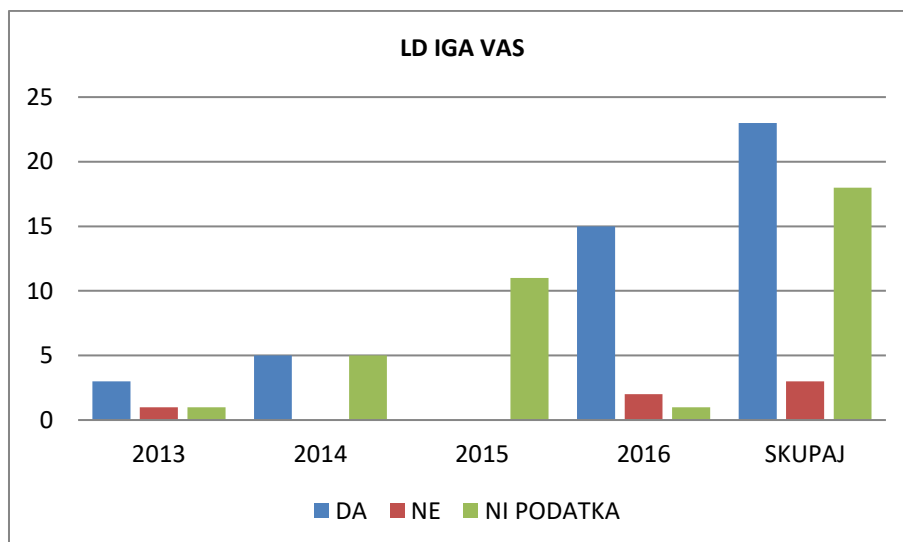
Za marsikoga je izredno pomemben podatek, kolikokrat se je medveda resnično videlo. Spodnja grafa (glej Graf 2.5, Graf 2.6) prikazujeta število vodenj, ko so udeleženci videli oz. niso videli medveda. Podatki so predstavljeni za vsako lovsko družino posebej.

Te podatke je potrebno zelo previdno in z zadržkom interpretirati, saj so o tem evidence na TIC-u Lož nepopolne. Leta 2015 se podatki o tem sploh niso zbirali, nepopolni pa so tudi za leto 2016.

Graf 2.5: Število vodenj, ko so udeleženci videli oz. niso videli medveda,
Lovska družina Lož-Stari trg



Graf 2.6: Število vodenj, ko so udeleženci videli oz. niso videli medveda,
Lovska družina Iga vas



V TIC-u Lož poudarjajo, da poglobitveni cilj opazovanja rjavega medveda ne sme biti zgolj to, da se vidi medveda. Celoten produkt mora biti pripravljen tako, da nudi gostom tudi druga doživetja.

2.4.3 VTISI UDELEŽENCEV OPAZOVANJA RJAVEGA MEDVEDA

Vtisi in mnenja udeležencev opazovanj so za organizatorja in izvajalce zelo pomembni, saj jih opozarjajo na pomanjkljivosti oz. potrjujejo dobre elemente turističnega produkta. V TIC-u Lož prosijo goste za povratne informacije, vendar le malokdo sporoči svoje vtise. Navajamo dve oceni opazovanja:

Z ogledom smo bili izredno zadovoljni. Videli smo sedem medvedov. Tudi vodnik je svoje delo opravil odlično. Morda bi lahko le malo bolj informirali udeležence ogledov medvedov o tem, kako se obnašati v primeru, če bi medved morda napadel skupino na poti od avtomobila proti opazovalnici. Na opazovalnici smo se počutili varne, na poti do tja pa so nas glede varnosti spremljali malce neprijetni občutki. (Robin 2016)

Sprehod po gozdu je dober uvod pred samim opazovanjem. Medved danes ni prišel na krmišče zaradi hude nevihte, ki se je razbesnela takoj po prihodu na prežo. Odločil sem se, da v kratkem spet pridem in ponovno poizkusim srečo, da vidim medveda v živo in posnamem nekaj fotografij. (Sypke 2016)

Pritožb ali kritik, ki bi jih naslovili na TIC, ni, prav tako tudi lovci vodniki ne zapažajo nezadovoljstva, tudi če se medveda ne vidi.

Empiričnih podatkov o zadovoljstvu turistov s produkti povezanimi z medvedom v Sloveniji skorajda ni. Je pa Tovarna trajnostnega razvoja – GoodPlace v letu 2015 izvedla raziskavo o pričakovanih turistov glede produktov medvedjega turizma. Izsledki so bili predstavljeni na posvetu Medvedji dan, ki ga je organizirala Biotehnična fakulteta v Ljubljani januarja 2016.

On-line anketa je bila preko baze Slovenske turistične organizacije poslana na 55.000 tujih kontaktov, na naslove specializiranih agencij, medijev in drugih relevantnih naslovnikov ter objavljena na Facebook profilih projekta LIFE DinAlp Bear in slovenia.info. Na anketo so odgovarjale predvsem ženske (56%), stari med 25–49 let (72%), tujci, ki prihajajo iz Avstrije (12%), Velike Britanije (11%), Italije (9%) ter Nemčije, Nizozemske, Hrvaške in ZDA (5%), zaposleni (79%) in z univerzitetno izobrazbo (81%).

V tej anketi je največ anketirancev odgovorilo, da bi jih zanimal 'kombiniran program' (37,2%), 20,2% zanima poleg medveda tudi opazovanje drugih divjih živali, 18,1% zanima

opazovanje medvedov in njihovega življenjskega prostora, 14,9% fotografiranje medvedov in le 9,6% zgolj opazovanje medvedov.

Izsledki te raziskave, tudi če jih jemljemo z zadržkom, potrjujejo, da sodoben turist išče celostno doživetje narave (kombiniran program), ki mu rjavi medved sicer daje posebno, vendar ne izključno vrednost.

3 SMERNICE ZA NEPOTROŠNO RABO MEDVEDOV V TURIZMU

V okviru že omenjenega projekta LIFE DinAlp Bear so bile izdelane tudi smernice za nepotrošno rabo medvedov v severnih Dinaridih. Do sedaj so to edine konkretne smernice za razvoj medvedjega turizma v Sloveniji, zato jih bomo obširneje predstavili. Razdeljene so na splošne in posebne, oblikovane z namenom, da se »zagotovi edinstveno in varno doživetje narave, povezano z medvedi v njihovem naravnem okolju, na način, ki ima nanje kar najmanjši vpliv«. (LIFE DinAlp Bear)

Ob oblikovanju smernic je nujo potrebno upoštevati obstoječo zakonodajo. Predstavljamo tiste pravne akte, ki posegajo na področje opazovanja medvedov kot turističnega produkta in jih je potrebno dosledno upoštevati.

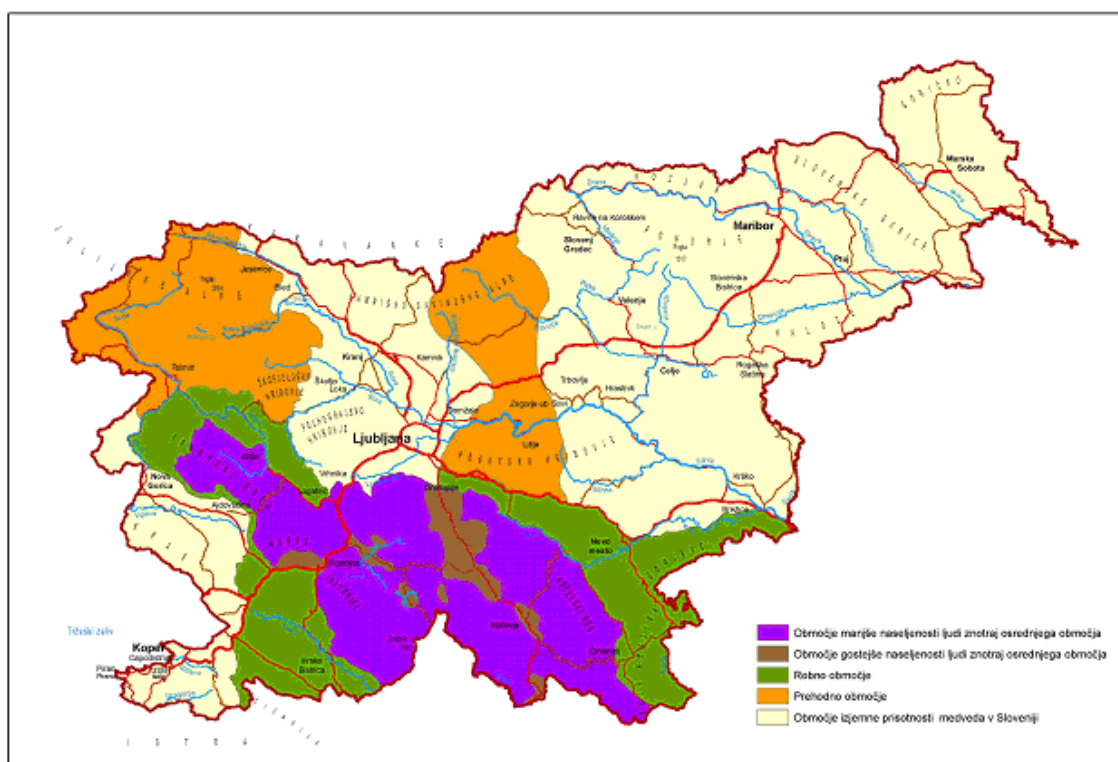
3.1 PRAVNI OKVIRI

Izhajajoč iz najvišjega pravnega akta, Ustave Republike Slovenije, je država tista, ki skrbi za ohranjanje naravnega bogastva in z zakonom predpiše pogoje, pod katerimi se le-ta smejo izkoriščati. Tudi prostoživeče živali so naravno bogastvo. Zakona, ki v večji meri regulirata to področje sta *Zakon o varstvu okolja*, ki živalski svet definira kot del okolja in kot naravno bogastvo in *Zakon o ohranjanju narave*, ki ureja področje ohranjanja naravnih vrednot in biotske raznovrstnosti.

Upravljanje s populacijo rjavega medveda. V Sloveniji temelji upravljanje s populacijo rjavega medveda na *Strategiji upravljanja z rjavim medvedom (Ursus arctos) v Sloveniji*, ki jo je leta 2002 sprejela Vlada Republike Slovenije. Strategija vključuje vse takrat relevantne nacionalne predpise, predpise Evropske unije in mednarodne pravne predpise. Poglavitna cilja

sta dolgoročno ohraniti vrsto rjavega medveda v Sloveniji, vključno z njenim življenjskim prostorom in zagotoviti sožitje človeka z medvedom. Zaradi uskladitve varstva rjavega medveda z rabo in dejavnostmi človeka v prostoru ter zaradi zahtev EU po opredelitvi posebnega varstvenega območja, je Slovenija glede na stopnjo varovanja razdeljena na štiri območja (Slika 3.1).

Slika 3.1: Območja rjavega medveda v Sloveniji



Vir: Strategija upravljanja z rjavim medvedom (*Ursus arctos*) v Sloveniji (2002)

Operativno nadaljevanje te strategije naj bi bil *Akcijski načrt upravljanja z rjavim medvedom (Ursus arctos) v Sloveniji*, ki bi dal strnjene in konkretne iztočnice za upravljanje populacije rjavega medveda glede na obstoječe stanje. Akcijski načrt je Zavod za gozdove Slovenije izdelal za obdobje 2003-2005, zgolj v obliki predloga oz. delovnega gradiva pa še za obdobje 2007-2011. Zavod za gozdove Slovenije je od leta 2008 dalje vsako leto podal *Strokovno mnenje za odstrel velikih zveri*, ki je osnova določitve letnih kvot odstrela rjavega medveda, ki jih v obliki odločb izda Ministrstvo za okolje in prostor.

Delovanje Zavoda za gozdove Slovenije in resornega ministrstva se tako osredotoča na reguliranje številčnosti populacije rjavega medveda (z upoštevanjem obeh temeljnih ciljev Strategije). Področje turizma kot posebne oblike poseganja v življenjski prostor medveda je v navedenih dokumentih zgolj omenjeno.

Strategija tako na področju turizma, rekreacije in nabiralništva gozdnih sadežev (poglavje C4) za osrednje območje prisotnosti rjavega medveda, znotraj katerega leži tudi območje občine Loške doline, navaja dva ukrepa:

- Obiskovalce se usmerja na določene poti in mesta, ki so za medveda najmanj moteča in zlasti primerno oddaljena od pomembnih delov njegovega življenjskega prostora.
- Obiskovalce se izobražuje o življenjskih navadah medveda in pravilih ravnanja ob srečanjih z medvedom ter se jih ozavešča o pomenu varstva.

Izhajajoč iz teh dveh ukrepov Akcijski načrt 2007-2005 ne opredeli konkretnih nalog, ampak jih smiselno vključi v konkretne naloge, opredeljene v poglavju C3 (kot so omejevanje gibanja obiskovalcev v pomembnih delih življenjskega prostora oz. njihovem usmerjanju izven teh delov, priprava zloženek in drugih publikacij o življenjskih navadah medveda, priprava priporočil o ravnanju ob srečanju z medvedom, priprava predavanj, razstav in publikacij, posredovanje informacij o življenjskih navadah medveda medijem, namestitvev ustreznih opozoril o možnih srečanjih z medvedom oz. o varstvenih režimih).

Omenjena Strategija za sedaj vključuje področje turizma zgolj kot prostočasno aktivnost in rekreativno dejavnost pohodništva. Pričakovati je, da bo s povečanim obsegom medvedjega turizma dopolnjen tudi ta segment, do tedaj pa se je potrebno ravnati po obstoječih določilih.

Varovanje populacije rjavega medveda. Rjavi medved (*Ursus arctos*) je zavarovana živalska vrsta. Leta 2004 je bila sprejeta *Uredba o zavarovanih prosto živečih živalskih vrstah*, po kateri se zavarujejo ogrožene prosto živeče živalske vrste, predpišejo pravila ravnanja, poseben varstven režim ter ukrepi varstva in smernice za ohranitev habitatov živalskih vrst, z namenom ohranitve ugodnega stanja teh vrst.

V različnih določbah Uredbe so opredeljeni posamezni vidiki poseganja človeka v življenjski prostor ogroženih prosto živečih živalskih vrst, po katerih bi se morala ravnati tudi vsakršna dejavnost, ki je povezana s turizmom. Prepovedano je zavestno vznemirjanje živali (prvi odstavek 5. člena). Prepovedano je zavestno odstraniti, spremeniti, poškodovati ali uničiti strukture (10. člen) – t. j. brloge.

Pristojno ministrstvo lahko začasno prepove ali omeji dejavnosti, posege ali ravnanja, ki ogrožajo obstoj živalske vrste v obstoječem območju razširjenosti in obstoječi številčnosti, ... ali neposredno ogrožajo življenje živali ali strukture. Prepoved ne sme biti daljša kot eno leto, trajno prepoved ali omejitev pa lahko sprejme le Vlada Republike Slovenije (21. člen).

22., 23., in 24. člen se nanašajo na zagotavljanje ohranjanja ugodnega stanja na območjih pojavljanja habitatov živalskih vrst, predvsem s tem, da se posegi in dejavnosti v teh habitatih, zlasti v dobro ohranjenih delih, načrtujejo tako, da je njihov neugoden vpliv čim manjši oz. da se posegi in dejavnosti načrtujejo z namenom ohraniti habitate živalskih vrst v ugodnem stanju.

Vlada Republike Slovenije lahko sprejme strategijo in akcijski načrt zagotavljanja ugodnega stanja živalske vrste. Za rjavega medveda taka strategija in akcijski načrt še nista bila sprejeta, so pa v prilogi Uredbe opredeljeni varstveni cilji za ohranjanje specifičnih lastnosti habitata zavarovane vrste in naravnih procesov ali ustrezne rabe.

V 28. členu je tudi jasno določeno, da nadzor nad izvajanjem določb te uredbe izvajajo inšpektorji, pristojni za ohranjanje narave, inšpektorji, pristojni za divjad, ... in naravovarstveni nadzorniki.

Vsaka turistična dejavnost, ki posega v življenjsko okolje rjavega medveda mora strogo upoštevati določila Uredbe.

Lovstvo – upravljanje in varovanje. Po slovenski zakonodaji so upravljavci lovišč lovske družine, lovišč s posebnim namenom pa javni zavodi, večinoma Zavod za gozdove Slovenije. Upravljaljske pravice se lovskim družinam podelijo preko koncesijskih pogodb (zadnje koncesije so bile sklenjene z državo kot koncendentom leta 2009 za 20 let), upravljanje lovišč s posebnim namenom določa posebna uredba. Strateške in letne načrte posameznega lovsko upravljaljskega območja oblikuje Zavod za gozdove Slovenije, sprejme pa jih Vlada oz. pristojni minister, medtem ko so za letne operativne načrte posameznega lovišča pristojni njegovi upravljavci.

To področje ureja *Zakon o divjadi in lovstvu*, ki med drugim določa, da so upravljavci odgovorni za trajnostno gospodarjenje z divjadjo in tudi za izvajanje ukrepov za izboljšanje življenjskih razmer vseh vrst ptic in sesalcev, v skladu s predpisi s področja ohranjanja narave. Nadzor vrši t. i. 'lovska inšpekcija', to je Inšpektorat RS za kmetijstvo, gozdarstvo, lovstvo in ribištvo.

Lovske organizacije, koncesionarji in lovišča s posebnim namenom imajo tako po obstoječi zakonodaji na svojem območju pravico upravljanja z divjadjo in, prek dodeljenih javnih nalog, tudi z nekaterimi zavarovanimi živalskimi vrstami, med njimi tudi z rjavim medvedom. Naj pri tem še pojasnimo, da je divjad pravni pojem, ki ga uvaja predmetni lovski zakon; to so tiste živalske vrste, ki se lovijo in so tudi predmet lovskega načrtovanja. Prostoživeče živali pa so živali, ki živijo prosto v naravi in predstavljajo celoto živalskih vrst določenega ekosistema. Rjavi medved je obravnavan kot prosto živeča (zavarovana) živalska vrsta.

Sklenemo lahko, da v obstoječi zakonodaji področje turizma kot gospodarske dejavnosti, ki posega v življenjski prostor rjavega medveda (kot zavarovane živalske vrste) in poteka znotraj lovskih upravljaljskih območij, ni opredeljeno.

Kljub temu menimo, da bi morali biti vsi komercialni turistični produkti povezani z rjavim medvedom, usklajeni oz. usklajevani z upravljavci lovišč, pri čemer posebno dovoljenje pristojnega ministrstva ni in ne bi bilo potrebno. Pri tem je potrebno ločiti zasebne, neorganizirane sprehode po gozdu, pri katerih mora vsak posameznik upoštevati poglavitna načela ne-vzнемirjanja živali in ne-poseganja v njihovo življenjsko okolje, ter se gibati po poteh in mestih, ki so za medveda najmanj moteča in zlasti primerno oddaljena od pomembnih delov njegovega življenjskega prostora.

Kratkoročno so posamezni dogovori med organizatorji oz. izvajalci ter upravljavci mogoče zadostni, dolgoročno pa bi morali ta odnos jasneje opredeliti. Še posebej, ker je turizem gospodarska panoga, ki ustvarja določen prihodek, ki ga pričakujejo tudi lovci upravljavci.

Poseben problem lahko predstavljajo tudi krmišča za rjavega medveda. Hrana je edini način, da se medvede privabi in navadi, da dokaj predvidljivo prihajajo na določeno lokacijo. S tem se vzpostavi možnost, da se medveda opazuje v naravnem okolju oz. da se vzpostavi turistični produkt opazovanja rjavega medveda v naravnem okolju.

Z *Zakonom o divjadi in lovstvu* je jasno določeno, da je krmljenje divjadi in tudi medveda dovoljeno le na lokacijah, ki so predvidene z načrti lovsko upravljaljskega območja (41. člen) in za medveda tudi z drugimi potrjenimi dokumenti, ki opredeljujejo njegovo upravljanje. Pri krmljenju rjavega medveda je potrebno upoštevati tudi *Pravilnik o živalskih stranskih proizvodih, ki niso namenjeni prehrani ljudi*.

Turizem. Na turistični trg kot ponudniki vstopajo posamezniki in organizacije. *Zakon o spodbujanju in razvoju turizma* je tisti pravni okvir, ki opredeljuje dejavnosti javnih in zasebnih turističnih ustanov v Sloveniji ter pogoje za opravljanje dejavnosti organiziranja in prodaje turističnih aranžmajev.

V 33. členu je opredeljeno, da je turistični aranžma vnaprej dogovorjena kombinacija dveh ali več naslednjih storitev, ki se jih nudi v prodajo in se jih prodaja po skupni ceni: prevoz, nastanitev, druge turistične storitve, ki predstavljajo pomemben del turističnega aranžmaja (ponudba jedi, obisk prireditev, ogled naravnih in kulturnih znamenitosti in podobno).

V 34. in 35. členu je določeno, da lahko dejavnost organiziranja in prodaje turističnih aranžmajev opravljajo pravne osebe in samostojni podjetniki zgolj na podlagi licence, ki jo podeljuje Gospodarska zbornica Slovenije.

Turistične produkte, ki vključujejo zgolj eno dejavnost (na primer zgolj opazovanje medvedov), lahko opravljajo vse tiste pravne osebe in samostojni podjetniki, ki imajo za to registrirano dejavnost. V kolikor se trži turistični produkt, ki vključuje več kot eno dejavnost (poleg ogleda rjavega medveda še nastanitev), pa je potrebno pridobiti licenco za organiziranje in prodajo turističnih aranžmajev oz. kot se jo imenuje v praksi, licenco za turistično agencijo.

Zakon določa tudi pogoje za pridobitev naziva turistični vodnik, turistični spremljevalec in turistični vodnik turističnega območja oz. lokalni turistični vodnik.

3.2 SPLOŠNE SMERNICE

Splošne smernice predstavljene v dokumentu *Nepotrošna raba rjavih medvedov v turizmu: smernice za odgovorno ravnanje* (Karamanlidis in drugi 2016) so temeljni okvir znotraj katerega se oblikujejo turistični produkti povezani z medvedom in vključujejo: usposabljanje vodnikov, navodila za varnost in izobraževanje, interpretacijo, poslovne dejavnike in upravljanje s tveganji.

Vodniki. Vse oblike medvedjega turizma morajo potekati pod vodstvom in nadzorom izkušenega in usposobljenega vodnika, ki goste spremlja ves čas trajanja storitve. S tem se zagotovi varno in kakovostno doživetje ene najbolj karizmatičnih živalskih vrst in se preprečijo negativni vplivi na posameznega medveda, vrsto oz. habitat.

Vodniki bi morali imeti licenco turističnega vodnika in opraviti formalno usposabljanje s področja biologije, ekologije in vedenja medvedov, okoljske ozaveščenosti in zagotavljanju

varnosti ljudi (vključno z usposabljanjem za prvo pomoč in primernih odzivih v primeru nesreč). Vodniki morajo odlično poznati lokalno okolje. Pomembno je tudi, da imajo ustrezne komunikacijske in jezikovne sposobnosti.

Varnost in primerno obnašanje. Podajanje pomembnih informacij in navodil za varnost bi moralo biti obvezno izhodišče kakršnega koli doživetja povezanega z opazovanjem medvedov in ostalimi doživetji narave. Gostje bi morali prejeti informativno gradivo (letake, zemljevide in podobno) potrebno za kvalitetno doživetje in za zagotavljanje maksimalne varnosti. Svetovati se jim mora glede ustrezne obutve in oblačil ter jih opozoriti, da ves čas ostanejo v bližini vodnika. Priporočljivo je, da udeleženci podpišejo Izjavo za prevzem odgovornosti in odstopu terjatev.

Medvedov med aktivnostjo ne smemo vznemirjati. Gibanje mora biti tiho, paziti je potrebno, da se ne povzroča hrupa, fotografiranje z bliskavico prepovedano. Gostje naj ne uporabljajo dišav ali drugih sredstev z močnim vonjem.

Interpretacija. Kvalitetno doživetje je v marsičem odvisno od vodnikove interpretacije. Le-ta bi morala vključevati informacije o biologiji, ekologiji in vedenju medvedov ter o habituaciji medveda in človeka. V sodelovanju z upravljavci lovišč bi morali odrediti omejitve gibanja do in znotraj območja sledenja in opazovanja medveda s tem, da se udeležence opozori na pomembnejša območja znotraj življenjskega prostora medveda (območja prezimovanja in prehranjevanja), ki so še posebej občutljiva za posege človeka in se jim je potrebno izogniti.

Poslovni dejavniki. Vse organizacije, ki tržijo storitve medvedjega turizma, morajo imeti vsa potrebna dovoljenja in sklenjene dogovore z drugimi deležniki. Podjetja, ki nameravajo investirati v nepotrošno rabo medvedov bi morala to storiti na odgovoren način, ne le z vidika varovanja živali in rastlin, temveč tudi z upoštevanjem lokalnih običajev in kulture. S svojo dejavnostjo ne smejo ogroziti virov zaslužka in delovanja drugih podjetij. Predvsem pa bi morali organizatorji vzpostaviti sisteme povratnih informacij, ki obveščajo o trajnosti, kakovosti in varnosti produkta.

Upravljanje s tveganji. Vse organizacije, ki nudijo storitve medvedjega turizma morajo zagotavljati najvišje standarde oskrbe in varnosti tako gostov kot medvedov. V ta namen mora biti vzpostavljen podroben načrt za ukrepanje ob izrednih ali nepredvidljivih dogodkih, tako interno (znotraj doživetja samega) kot eksterno (sodelovanje z lokalnimi oblastmi,

zdravstvenimi službami). Organizatorji morajo zagotoviti prost dostop medicinske pomoči do kraja dogajanja, poleg tega bi morale biti lokalne reševalne službe informirane o lokacijah opazovanja medveda.

Navedene smernice so lahko dobro izhodišče za načrtovanje produktov medvedjega turizma. So pa v določenih segmentih še nepopolne, nejasne in neuravnotežene. Z razvojem medvedjega turizma v Sloveniji bi bilo potrebno k oblikovanju podobnih smernic, ali nadgradnji obstoječih, povabiti javne in zasebne organizacije, ki oblikujejo in tržijo tovrstne produkte, vodnike, upravitelje lovišč in predstavnike lokalnih skupnosti, torej najpomembnejše deležnike znotraj ponudbe medvedjega turizma.

3.3 POSEBNE SMERNICE

Posebne smernice so pravzaprav načela in napotki za oblikovanje posameznih produktov. V okviru dokumenta *Nepotrošna raba rjavih medvedov v turizmu: smernice za odgovorno ravnanje* (Karamanlidis in drugi 2016) so, tudi na osnovi izkušenj iz tujine, predstavljeni trije produkti, ki jih je smiselno razvijati v Sloveniji: opazovanje medvedov iz opazovalnic, medvedja pot in sobivanje.

Opazovanje medvedov iz opazovalnic. Opazovanje medvedov iz opazovalnic je zagotovo najbolj razširjena oblika medvedjega turizma. Opazovalnice se nahajajo na lokacijah, kjer se medvedje prehranjujejo oz. kamor se jih privablja s hrano. Omogočajo varno in neinvazivno opazovanje medvedov od blizu ter kontrolirano, nerazpršeno prisotnost udeležencev opazovanja v naravnem okolju.

Pri načrtovanju in postavitvi opazovalnice je poleg finančnih in poslovnih meril potrebno upoštevati ciljno skupino, kateri bo opazovalnica prvenstveno namenjena (fotografi, ljubitelji narave, zahtevnejši gostje), imeti pridobljena vsa potrebna soglasja in dovoljenja ter izbrati primerno lokacijo.

Medvedja pot. V kolikor so opazovalnice v slovenskem prostoru namenjene predvsem manjšim skupinam (do tri osebe), je medvedova pot primerna tudi za večje skupine. Primarno ni namenjena opazovanju medvedov, temveč doživetju življenjskega prostora rjavega medveda. Medvedova pot vključuje hojo po medvedovih poteh, iskanju znakov prisotnosti medveda in hkrati tudi spoznavanju drugih prosto živečih živali.

V kolikor je opazovanje medvedov iz opazovalnice možno le od aprila do oktobra, je medvedja pot lahko na voljo skozi celo leto, saj nudi uporabnikom raznolika doživetja v vsakem letnem času.

Sobivanje. Prisotnost pastirja na pašniku je tradicionalen način varovanja domačih živali, ki preprečuje napade velikih zveri. Na območjih, kjer je (bilo) prisotno pašništvo, se lahko razvije zelo privlačen turistični produkt, kjer udeleženci sodelujejo pri vsakdanjih pastirskih opravilih. Posredno spoznavajo tudi prosto živeče živali s poudarkom na preprečevanju plenjena domačih živali. Produkt vključuje večdnevno bivanje v pastirski koči.

Za območje občine Loška dolina sta primerna predvsem prva dva produkta.

3.4 SMERNICE ZA RAZVOJ MEDVEDJEGA TURIZMA V LOŠKI DOLINI

Pri razvoju medvedjega turizma v Loški dolini je potrebno dosledno upoštevati vse veljavne pravne predpise, ki so bili predstavljeni v poglavju 3.1. Pri tem velja opozoriti, da so nekatera področja še nedorečena in jih je potrebno čim prej urediti. Še posebej to velja za področje zavarovanja udeležencev doživetij povezanih z medvedom.

Splošne in posebne smernice, ki so bile oblikovane v okviru projekta LIFE DinAlp Bear niso pravno zavezujoče. Ker so strokovno utemeljene in izhajajo iz dobrih praks turizma povezanega z medvedmi v tujini ter iz pogojev in stanja medvedjega turizma v Sloveniji, predstavljajo izhodišče načrtovanja, organiziranja in izvajanja dejavnosti povezanih z medvedjim turizmom.

Poleg pravnih predpisov in smernic, ki so bile podane v projektu LIFE DinAlp Bear, je potrebno pri razvoju medvedjega turizma v Loški dolini dodati še nekaj specifičnih smernic, ki upoštevajo obstoječe stanje ponudbe medvedjega turizma v Loški dolini in trende v sodobnem turizmu:

- **Sodelovanje vseh deležnikov**

V razvoj medvedjega turizma se morajo vključiti vsi relevantni deležniki in doseči konsenz glede temeljnih usmeritev. To so upravljavci lovišč, ponudniki in izvajalci turističnih produktov povezanih z medvedom, turistični vodniki, lokalna skupnost

(javnost, občinski svet, župan) in javni zavod. V prvi vrsti morajo svoj pristanek za razvoj tovrstnega turizma dati upravljavci lovišč. Postavitev opazovalnice (ali uporabo že obstoječe) in vzpostavitev medvedje poti mora potekati s soglasjem upravljavcev.

Podpora lokalne skupnosti je izjemno pomembna. Udeleženci medvedjega turizma prihajajo v okolje, kjer pričakujejo naklonjenost do tovrstne dejavnosti in medvedov. Negativna izkušnja lokalnega okolja lahko pomembno vpliva na turistovo doživetje.

V razvoju medvedjega turizma mora svoj cilj prepoznati tudi Občina (občinski svet in župan) ter s podporo omogočiti lažje in hitrejšo doseganje poslovnih ciljev posameznih ponudnikov.

- **Oblikovanje strategije razvoja (medvedjega) turizma**

Za lažje in uspešnejše načrtovanje razvoja medvedjega turizma je potrebo oblikovati strategijo razvoja. Pri njej morajo sodelovati in z njo soglašati vsi relevantni deležniki. Koordinacijo in vodenje lahko prevzame Javni zavod Snežnik, ki že sedaj opravlja naloge povezovanja in skupne promocije turističnih ponudnikov v Loški dolini.

Priporočljivo bi bilo, da se oblikuje tudi strategija Občine Loška dolina na področju turizma, kjer bi moral biti medvedji turizem eno izmed prioritetenih področij.

- **Produkti medvedjega turizma**

Za Loško dolino sta najbolj primerna produkta opazovanje medveda iz opazovalnic in medvedja pot. Tovrstna produkta že oz. sta že obstajala. Produkta je potrebno nadgraditi in prilagoditi zahtevam sodobnega, postmodernega turista in pri tem upoštevati načela oblikovanja in trženja turističnih produktov.

Spodbujati se mora diverzifikacijo turističnih produktov ter vključevati medvedji turizem v druge proizvode in storitve (medvedji meni ali koktejl v gostišču, medvedja soba pri ponudnikih prenočišč, medvedji spominki, medvedov kruh, piškoti in drugo).

- **Sodelovanje z regionalnimi in nacionalnimi turističnimi in drugimi organizacijam**

Potrebno je sodelovanje z drugimi ponudniki medvedjega turizma v Sloveniji, lahko tudi preko regionalne ali osrednje slovenske turistične organizacije. Omenjeni instituciji sta ključni tudi za promocijo medvedjega turizma v tujini, kjer vstop na turistični trg zahteva strokovnost in visoke finančne vložke. Prav tako je možno

vključevanje v projekte obeh organizacij, saj obe dajeta velik poudarek t. i. zelenemu turizmu.

Na ta način bi se spodbujal trajnostni turizem, ki predstavlja pomemben vidik in vir razvoja turizma, ohranjanja in varovanja okolja ter prispeva h kakovosti življenja lokalnih prebivalcev.

SKLEP

Koncept 'pogleda', ki ga je v sociološko teorijo uvedel John Urry, nam pomaga zaobjeti bistvene spremembe, ki se na področju turizma odražajo tako na makro kot na mikro družbeni ravni. Turizem je postal centralna komponenta globalizacije, podprte z razvojem transporta informacijskih tehnologij. V kompleksnem družbenem svetu, ki ga zaznamuje de-diferenciacija v moderni ločenih družbenih področjih, se medijske podobe inkorporirajo v vsakdanje življenje na način, ki ruši distinktiven značaj 'turističnega pogleda' (ta se namreč vzpostavlja ravno skozi razliko do vsakdanjega življenja).

Ena temeljnih kritik Urryjevega 'pogleda' je, da prejudicira dokaj statično in vizualno komponento turizma. Turist se vzpostavlja skozi delovanje, ki vključuje vsa njegova čutila. Še posebej je ta poudarek zaznati v premiku od masovnega k 'novemu' turistu. To je svobodni pohajkovelec (Bauman, Cohen), ki namesto masovnega ogledovanja/ bolščanja (ang. *gazing*) stremi k celovitemu doživetju. Ta premik se zelo nazorno kaže v opazovanju živali. V kolikor so živalski vrtovi (še) primer opazovanja kot bolščanja, pa opazovanje živali v naravnih parkih vključuje celovito doživljanje narave aktivnega posameznika.

Turizem povezan z opazovanjem živali v naravnem okolju je v porastu. Bistvene družbene spremembe v postmoderni se odražajo tudi v odnosu do živali, še posebej tistih, ki so vključene v turistične produkte. Kljub temu je potrebno turistične produkte povezane z živalmi skrbno načrtovati in upravljati, saj se znotraj te dejavnosti pojavljajo številni, velikokrat tudi nasprotujoči interesi. Ob upoštevanju veljavne zakonodaje in drugih, pravno sicer neobvezujočih dokumentov, lahko v turizmu povezanem z živalmi vsi deležniki dosežejo svoje specifične cilje.

V nalogi smo na osnovi evidenc, ki jih vodi turistično informacijski center Lož, ter drugih primarnih dokumentov preučili ponudbo medvedjega turizma v občini Loška dolina in pogoje za njegov razvoj. Medvedji turizem je predvsem v obliki turističnega produkta 'opazovanje rjavega medveda v naravnem okolju' prisoten že nekaj let. Povpraševanje vseskozi konstantno narašča, opazovanj se udeležujejo predvsem tujci. Pomanjkanje strategije razvoja turizma in specifičnih smernic za razvoj medvedjega turizma se odražata tudi v ponudbi medvedjega turizma. Medvedji turizem še ni dovolj prepoznan kot dobra poslovna priložnost. S podporo Občine Loška dolina in ob pomoči Javnega zavoda Snežnik, bi se lahko tovrstna ponudba bistveno razširila in nadgradila.

Karizmatične živali, med katere sodi tudi rjavi medved, so za sodobnega turista iskan turistični produkt. Loška dolina ima v osnovi dobre pogoje, da ponudi turističnemu trgu zanimive in unikatne produkte medvedjega turizma, ki bodo postmodernemu turistu omogočali celovito doživetje povezano z rjavim medvedom.

LITERATURA

1. Agencija Republike Slovenije za okolje. 2016. *Medvedja zgodba*. Dostopno prek: http://www.arso.gov.si/soer/medvedja_zgodba.html (1. junij 2016).
2. Bajc, Vida. 2007. *The tourist gaze*. Dostopno prek: <https://www.bing.com/search?q=vida+bajc+gaze&form=EDGNTC&qs=PF&cvid=aa5883e7ca814567b9bebc305cbe3552&pq=vida+bajc+gaze> (4. september 2016).
3. Bajuk Senčar, Tatiana. 2005. *Kultura turizma: antropološki pogledi na razvoj Bohinja*. Ljubljana: Založba ZRC, ZRC ZASU.
4. Beck, Ulrich. 2003. *Kaj je globalizacija?: zmote globalizma - odgovori na globalizacijo*. Ljubljana: Krtina.
5. Center for Responsible Travel. 2014. *Economic Impact of Bear Viewing and Bear Hunting in the Great Bear Rainforest of British Columbia*. Washington, DC: Center for Responsible Travel.
6. Chevalier, Jean. 1994. *Slovar simbolov: miti, sanje, liki, običaji, barve, števila*. Ljubljana: Mladinska knjiga.
7. Franklin, Adrian. 1999. *Animals and Modern Culture*. London: Sage Publications.
8. Fotsch, Paul Mason. 2003. Confronting the Tourist Vision. *Politics and Culture* 2003 (1). Dostopno prek: <http://politicsandculture.org/2010/08/10/confronting-the-tourist-vision-2/> (6. September 2016).
9. Harvey, David. 1989. *The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change*. Oxford: Blackwell.
10. Huang, Rong. 2010. *Defining Tourist*. Dostopno prek: https://www.academia.edu/5233803/Back_of_report_Defining_tourists (6. september 2016).
11. Kačičnik Gabrič, Alenka. 2001. Lov in ribolov na snežniškem posestvu. *Kronika* 49: (245–253).
12. Karamanlidis, Alexandros in drugi. 2016. *Nepotrošna raba rjavih medvedov v turizmu: smernice za odgovorno ravnanje*. Ljubljana: Biotehniška fakulteta, Oddelek za biologijo.
13. Kryštufek, Boris, Flajšman, Božidar in Griffiths, Huw I. ur. 2003. *Living with Bears: A Large European Carnivore in a Shrinking World*. Ljubljana: Ekološki forum Liberalno demokratske stranke.
14. *LIFE DinAlpBear*. Dostopno prek: <http://dinalpbear.eu/sl/> (23. april 2016).
15. Markwell, Kevin ur. 2015. *Animals and Tourism: Understanding Diverse Relationships*. Bristol: Channel View Publications. Dostopno prek: <https://books.google.si/books?>

id=ppjlCAAQBAJ&pg=PA58&lpg=PA58&dq=toward+a+conceptual+framework+for+wildlife+tourism&source=bl&ots=i56jyK5Tmi&sig=qD2MN9o0NrlIVNn6Yu6457VHG Os&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi7ldvm1ofNAhWKCB0KHc-PA98Q6AEIQzAH#v=onepage&q=toward%20a%20conceptual%20framework%20for%20wildlife%20tourism&f=false (21. avgust 2016).

16. Lash, Scott in Urry, John. 1987. *The End of Organised Capitalism*. Dostopno prek: <http://wes.sagepub.com/content/27/3/537.full> (4. september 2016).
17. McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding media: the extensions of man*. London, New York, Toronto: McGraw-Hill.
18. Ožbolt, Milena. 2004. *Andrejeva stopinja: folklorne pripovedi iz Loške doline, Blok, Loškega potoka in okolice Cerkniškega ter Babnega Polja*. Ljubljana: Kmečki glas.
19. Panarin, Aleksandr Sergeevič. 2011. *Skušnja globalizma : prevlada mednarodnih centrov moči nad nacionalno suverenostjo kot pot v enopolarni svet*. Ljubljana : UMco.
20. Pleumaron, Anita. 1999: *Sustainable Tourism and Globalization*. Dostopno prek: <http://untamedpath.com/eco-tours/sustainable-tourism.shtml> (31. maj 2016).
21. Poon, Auliana. 1993. *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Wallingford: CABI Publishing.
22. Reynolds, C. Paul. 2001. Towards a conceptual framework for wildlife tourism. *Tourism Management* 22 (1): 31–42. Dostopno prek: <https://books.google.si/books?id=bbOuDBJYCBQC&pg=PA65&lpg=PA65&dq=post+tourism&source=bl&ots=pWfYMfTWwl&sig=3U8v9g7ViBuNjYV37aLqodInbWc&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiTkbzVndbLAhUGthQKHSIbBBUQ6AEINjAD#v=onepage&q=wildlife%20tourism&f=false> (31. maj 2016).
23. Robin. 2016. *Izjava udeleženca opazovanja medveda*. Lož
24. Secretariat of CBD. 2004. *CBD Guidelines on Biodiversity and Tourism Development*. Dostopno prek: <https://www.cbd.int/tourism/guidelines.shtml> (2. junij 2016).
25. *Strategiji upravljanja z rjavim medvedom (Ursus arctos)*. 2002. Dostopno prek: http://www.mop.gov.si/fileadmin/mop.gov.si/pageuploads/podrocja/velike_zveri (30. april 2016).
26. Sypke. 2016. *Izjava udeleženca opazovanja medveda*. Lož
27. Tourism Essay. 2015. *The Typologies of Tourist Behaviour*. Dostopno prek <http://www.ukessays.com> (23. marec 2016).
28. Tovarna trajnostnega razvoja – GoodPlace. 2016. *Značilnosti turističnega produkta, lastnosti in pričakovanja gostov*. Ljubljana.

29. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). 2015a. *Tourism Highlights: 2015 Edition*. Dostopno prek <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899> (31. maj 2016).
30. --- 2015b: *Tourism and the Sustainable Development Goals*. Dostopno prek: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417254> (31. maj 2016).
31. --- 2016. *World Tourism Barometer*. Dostopno prek: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_barom16_01_january_excerpt.pdf (31. maj 2016).
32. *Uredba o zavarovanih prosto živečih živalskih vrstah*. Ur. l. RS 46/2004 (30. april 2004).
33. Urry, John. 2001. *Globalising the Tourist Gaze*. Lancaster University. Dostopno prek: <http://www.lancaster.ac.uk/fass/resources/sociology-online-papers/papers/urry-globalising-the-tourist-gaze.pdf> (20. avgust 2016).
34. Urry, John. 2002. *The Tourist Gaze*. London: SAGE Publications.
35. Williams, Stephen. 2004. *Tourism: Critical Concepts in the Social Sciences*. London: Routledge. Dostopno prek: <https://books.google.si/books?id=bbOuDBJYCBQC&lpq=PA65&ots=pWfYMfTWwI&dq=post%20tourism&pg=PR3#v=onepage&q=post%20tourism&f=true> (21. avgust 2016).
36. *Zakon o divjadi in lovstvu (ZDLov-1)*. Ur. l. RS 16/2004 (20. februar 2004).
37. *Zakon o ohranjanju narave (ZON-UPB2)*. Ur. l. RS 96/2004 (30. avgust 2004).
38. *Zakon o spodbujanju razvoja turizma (ZSRT)*. Ur. l. 2/2004 (15. januar 2004).
39. *Zakon o varstvu okolja (ZVO-1-UPB1)*. Ur. l. RS 39/2006 (13. april 2006).