



Univerzitet u Novom Sadu | Prirodno-matematički fakultet  
DEPARTMAN ZA GEOGRAFIJU, TURIZAM I HOTELIJERSTVO

*dr Vladimir Stojanović*

# TURIZAM I ODRŽIVI RAZVOJ

Novi Sad, 2023.

Univerzitet u Novom Sadu | Prirodno-matematički fakultet  
DEPARTMAN ZA GEOGRAFIJU, TURIZAM I HOTELIJERSTVO

*dr Vladimir Stojanović*

# TURIZAM I ODRŽIVI RAZVOJ

ISBN 978-86-7031-648-5

## Glavni i odgovorni urednik (PMF)

*Prof. dr Milica Pavkov-Hrvojević, dekan*

## Glavni i odgovorni urednik (DGTH)

*Prof. dr Lazar Lazić*

## Uredništvo

*dr Aleksandra Dragin*

*dr Milena Nedeljković*

*dr Mladen Jovanović*

## Recenzenti

*Prof. dr Aleksandra Dragin*

*Prof. dr Dobrica Jovičić*

## Lektor i korektor

*Simonida Stanković*

## Izdavač

*PMF, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Novi Sad*

*Trg Dositeja Obradovića 3, tel: 021/450-104*

*www.dgt.uns.ac.rs*

*Odlukom broj 0602-07-135/23-6 Nastavno-naučnog veća Prirodno-matematičkog fakulteta u Novom Sadu sa sednice održane 16. 3. 2023. rukopis je prihvaćen za štampu kao univerzitetski udžbenik*

CIP - Каталогизација у публикацији  
Библиотеке Матице српске, Нови Сад

338.48:502.131.1(075.8)

СТОЈАНОВИЋ, Владимир, 1973-

Turizam i održivi razvoj [Elektronski izvor] / Vladimir Stojanović. - Novi Sad :  
Prirodno-matematički fakultet, 2023

Način pristupa (URL): <http://www.dgt.uns.ac.rs/udzbenici/>. - Opis zasnovan  
na stanju na dan 23.8.2023. - Nasl. sa naslovnog ekrana. - Bibliografija.

ISBN 978-86-7031-648-5

a) Туризам - Одрживи развој

COBISS.SR-ID 123005193

# SADRŽAJ

UVOD U ŽIVOTNU SREDINU, EKOLOGIJU, ODRŽIVI RAZVOJ I ODRŽIVI TURIZAM .....	1
ŽIVOTNA SREDINA I IZAZOVI U 21. VEKU .....	2
Efekat staklene bašte .....	2
Degradacija ozonskog omotača .....	3
Kisele kiše .....	4
TURIZAM I KLIMATSKE PROMENE .....	4
GLOBALNI OKVIR TURISTIČKOG RAZVOJA .....	7
ŽIVOTNA SREDINA KAO TURISTIČKA ATRAKTIVNOST .....	9
Delatnost turizma iz perspektive životne sredine .....	10
Razvoj odnosa prema životnoj sredini od Velikog putovanja do savremenog turizma .....	11
Tipologije turista i doživljaja životne sredine u turizmu .....	12
Promocija životne sredine u turizmu .....	13
EKOLOGIJA I TURIZAM .....	15
BIODIVERZITET I TURIZAM .....	18
ULOGA I ODGOVOR TURISTIČKE PRIVREDE NA ZAGAĐIVANJE ŽIVOTNE SREDINE .....	22
ODRŽIVI RAZVOJ .....	25
ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA .....	28
Poreklo, definicija i pojašnjenje pojma održivi turizam .....	28
Principi održivog turizma .....	30
Budućí izazovi u održivom razvoju turizma .....	31
UTICAJ TURIZMA NA ŽIVOTNU SREDINU I IZAZOVI ZA ODRŽIVI TURISTIČKI RAZVOJ .....	33
HRONOLOGIJA ODNOSA TURIZMA I ŽIVOTNE SREDINE .....	34
SUŠTINA I KARAKTER UTICAJA TURIZMA NA ŽIVOTNU SREDINU .....	37
FIZIČKI (EKOLOŠKI) UTICAJI TURIZMA .....	41
Uticaj turizma na priobalne predele .....	41
Uticaj turizma na planinske predele .....	45
Uticaj turizma na ruralne predele .....	49
Uticaj turizma na gradske predele .....	51
SOCIO-KULTURNI UTICAJI TURIZMA .....	55
EKONOMSKI UTICAJI TURIZMA .....	59
PLANIRANJE I ORGANIZACIJA ODRŽIVOG TURIZMA .....	62
PLANIRANJE U ODRŽIVOM TURIZMU .....	63
UPRAVLJANJE POSETIOCIMA .....	65
TEHNIKE KONTROLE UTICAJA POSETILACA .....	69
Noseći kapacitet .....	69

Granice prihvatljivih promena. ....	73
Procena uticaja na životnu sredinu .....	74
Spektar rekreativnih mogućnosti.....	75
ZONIRANJE TURIZMA .....	76
ETIČKI KODEKSI .....	78
<b>ZAŠTITA PRIRODE I TURIZAM. ....</b>	<b>85</b>
KRATKA HRONOLOGIJA ZAŠTITE PRIRODE I NJENE POVEZANOSTI SA TURIZMOM .....	86
KATEGORIJE ZAŠTIĆENIH PODRUČJA PREMA IUCN .....	89
MEĐUNARODNI STATUSI U ZAŠTITI PRIRODE.....	91
Rezervati biosfere .....	91
Objekti Svetske baštine .....	93
Geoparkovi .....	95
Ramsarska područja.....	97
KATEGORIJE ZAŠTIĆENIH PODRUČJA U SRBIJI .....	103
ORGANIZACIJA TURIZMA U ZAŠTIĆENIM PODRUČJIMA .....	104
Pozitivni i negativni uticaji turizma na zaštićena područja .....	104
Interpretacija prirodnih i kulturnih vrednosti u zaštićenim područjima.....	107
Upravljanje posetiocima u zaštićenim područjima .....	110
Smernice za organizaciju turizma u zaštićenim područjima.....	112
<b>EKOTURIZAM – PARADIGMA ODRŽIVOG TURIZMA. ....</b>	<b>115</b>
POJAM, ZNAČAJ I HRONOLOGIJA EKOTURIZMA .....	116
„Zeleni“ konzumerizam kao uvod u ekoturizam .....	116
Definicija i karakter ekoturizma .....	118
Kraći prikaz istorijskog razvoja ekoturizma .....	122
TIPOLOGIJE I SOCIO-DEMOGRAFSKE ODLIKE EKOTURISTA .....	123
DESTINACIJA EKOTURIZMA I EKOKONAČIŠTE .....	127
ORGANIZACIJA EKOTURIZMA .....	129
Politika i planiranje ekoturizma .....	129
Lokalne zajednice i ekoturizam.....	131
Marketing ekoturizma .....	133
EKOTURIZAM U PRAKSI – PRIMENA PRINCIPA EKOTURIZMA U DESTINACIJAMA SVETA .....	134
Latinska Amerika.....	135
Afrika.....	136
Severna Amerika .....	137
Evropa.....	138
UTICAJI EKOTURIZMA .....	140
Ekološki uticaji .....	140
Socio-kulturni uticaji .....	141
Ekonomski uticaji .....	142
<b>DRUŠTVENI ASPEKTI ODRŽIVOG TURIZMA:</b>	
<b>LOKALNE ZAJEDNICE, NASLEĐE I KULTURNI TURIZAM .....</b>	<b>143</b>
ZAJEDNICA LOKALNOG STANOVNIŠTVA U ODRŽIVOM TURIZMU .....	144
TURIZAM ZASNOVAN NA KULTURNOM NASLEĐU .....	147
Kulturno nasleđe i održivi razvoj .....	148
Kulturno nasleđe kao resurs u turizmu .....	149

Regeneracija gradova, industrijsko nasleđe i turizam .....	154
SVETSKA KULTURNA BAŠTINA I ODRŽIVI TURIZAM .....	157
KATEGORIJE NEPOKRETNIH KULTURNIH DOBARA U SRBIJI .....	159
ODRŽIVI KULTURNI TURIZAM .....	161
SERTIFIKACIJA I MONITORING ODRŽIVOG TURIZMA .....	166
SERTIFIKACIJA U ODRŽIVOM TURIZMU .....	167
PRIMENA SERTIFIKACIJE U TURISTIČKOJ PRAKSI .....	170
Zelena planeta .....	170
Zeleni ključ .....	172
Plava zastava .....	173
Evropska povelja za održivi turizam u zaštićenim područjima .....	175
INDIKATORI ODRŽIVOG TURIZMA .....	177
PRIMERI OSMIŠLJAVANJA I PRIMENE INDIKATORA ODRŽIVOG TURIZMA .....	179
Komparativni indikatori održivog turizma Evropske unije .....	179
Evropski sistem turističkih indikatora .....	180
Indikatori Svetske turističke organizacije za održivi turizam prema tipu destinacije ..	182
LITERATURA .....	186

# PREDGOVOR

Treće, dopunjeno i izmenjeno, izdanje udžbenika Turizam i održivi razvoj je nastajalo u 2022. i 2023. godini, tokom trajanja važnog perioda oporavka turističke privrede od pandemije COVID-19. Baš kao što je to bio slučaj sa brojnim drugim delatnostima i oblastima društvenog delovanja, ispostavilo se da je pandemija jedan od najvećih izazova za turistički razvoj. Statistički podaci ubedljivo svedoče o padu i oporavku turizma u relativno kratkom periodu, a oni kvalitativni upućuju i na promene potrošačkih trendova. Pre svega, turisti biraju bliže destinacije, sa pojavom tendencije dužih boravaka i povećanja potrošnje. Priroda i ruralni turizam dominiraju u turističkom izboru, jer ostavljaju mogućnost boravka na otvorenom. Najzad, primetna je potražnja za većom odgovornošću u turizmu, sa više održivosti, autentičnosti i lokalnog značenja.

Pravac razvoja turizma od devedesetih godina 20. veka, pa sve do danas, uverljivo govori o tome da je potreba za održivim razvojem turizma konstantna i da ne gubi na svom značaju. Težnja za očuvanjem svih turističkih i resursa životne sredine, naspram uvek prisutnih ekoloških, socio-kulturnih i ekonomskih uticaja, uočava se kao imperativ. Nema sumnje da je tome doprineo i opšti trend degradacije i zagađivanja životne sredine, opterećen pitanjima klimatskih promena, očuvanja biodiverziteta i ostalih velikih problema u 21. veku. Udžbenik Turizam i održivi razvoj, koji je pred čitaocem, upravo postavlja pitanje turističkog razvoja u svetlu ovih velikih tema, sa akcentom na očuvanju i zaštiti prirode, njenih resursa, kao i svih tekovina kulture i kulturnog nasleđa, a posebno zajednica lokalnog stanovništva u turističkim destinacijama.

Treće izdanje udžbenika Turizam i održivi razvoj je dopunjeno i novim sadržajima, koji su od velike važnosti za ukupni razvoj održivog turizma kako na lokalnom, tako na regionalnom i globalnom nivou. Ovo se, pre svega, odnosi na zasebno poglavlje

o zajednicama lokalnog stanovništva, odnosu kulture i održivog razvoja i o održivom kulturnom turizmu. Zatim, poslednje poglavlje je tematski posvećeno sertifikaciji u održivom turizmu i monitoringu održivog turizma, pošto su ovakve aktivnosti važne i kao smernice za upravljanje održivim turizmom. Ove nove teme, zajedno sa onim koje su obrađene i u prethodnim izdanjima, a uglavnom u vezi sa životnom sredinom, ekologijom i zaštićenim područjima, predstavljene su tako da nude i određene pravce za rešavanje aktuelnih problema u održivom razvoju turizma. Svako od predstavljenih poglavlja insistira na merama i principima održivog turizma, onako kako je to prepoznato u teoriji i praksi njegovog razvoja. U funkciji takvih interpretacija su i brojne studije slučaja i primeri dobre prakse, koji su, takođe, sastavni deo gradiva u ovom udžbeniku.

Udžbenik iz Turizma i održivog razvoja u svakoj temi polazi od načela održivog turizma, koje je istakla Svetska turistička organizacija. Prema njihovom stanovištu ovaj vid turizma treba da:

- optimalno iskoristi resurse životne sredine, koji predstavljaju ključni element u razvoju turizma, održavajući suštinske ekološke procese i pomažući u očuvanju prirodnog nasleđa i biodiverziteta;
- poštuje socio-kulturnu autentičnost zajednica domaćina, čuva njihovo materijalno i nematerijalno kulturno nasleđe i tradicionalne vrednosti, kao i da doprinosi razumevanju i toleranciji između različitih kultura;
- osigura održive, dugoročne ekonomske procese, pružajući socio-ekonomske koristi za sve zainteresovane strane, koje su pravedno raspoređene, uključujući zapošljavanje i što sve zajedno doprinosi smanjenju siromaštva.

Udžbenik Turizam i održivi razvoj je prvenstveno namenjen studentima turističkog studijskog programa na Departmanu za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematičkog fakulteta u Novom Sadu, ali je pisan i stvaran u nameri da približi temu održivog razvoja u turizmu i svim ostalim zainteresovanim čitaocima.

*Autor*

# UVOD U ŽIVOTNU SREDINU, EKOLOGIJU, ODRŽIVI RAZVOJ I ODRŽIVI TURIZAM



Životna sredina predstavlja kompleks svih ekoloških faktora koji deluju na biljni i životinjski svet u njihovim staništima. Ovi faktori se nazivaju još i spoljašnjim faktorima, jer dolaze iz spoljašnje sredine. Uticaji ekoloških faktora potiču od nežive prirode, odnosno, fizičko-hemijskih uslova sredine, kao i od drugih živih bića (npr. svetlost, temperatura, vlaga, biljni i životinjski svet). Čovek je podložan uslovima spoljašnje sredine na sličan način kao i ostala živa bića, pa je oduvek bio zainteresovan za pitanja o životnoj sredini. Da li nas životna sredina kontroliše? Da li je životna sredina prilika za pokretanje ukrotilačkog poriva? Tu su i druga pitanja na koja se, u naučnim okvirima, odgovor intenzivnije traži od 19. veka.

Životna sredina se menja pod uticajem čoveka, gubeći tako svoj primarni izgled i svojstva, u kontinuitetu i od prvobitne ljudske zajednice. Izmene životne sredine koje se nepovoljno odražavaju na život ljudi i njihove aktivnosti označavaju se kao degradacija životne sredine. Degradacija koja podrazumeva unošenje materija i energije u sredinu, pri čemu se u organizmu čoveka ili drugih živih bića dešavaju patogene promene, predstavlja zagađivanje životne sredine. Zagađivanje životne sredine je isto što i unošenje hemijskih supstanci, bioloških materija ili mikroorganizama u određenu sredinu, tako da se ono nepovoljno odražava na život organizama. Zagađivanje životne sredine je razarački usmereno prema životu.

Stanje životne sredine u 21. veku je tesno povezano sa pitanjima razvoja, ekonomije, eksploatacije prirodnih resursa i povećanja broja stanovnika i njihovog standarda. Porast broja stanovnika i preovlađujući ekonomski sistem na globalnom nivou, u kombinaciji sa ustaljenim lošim navikama, izazivaju iscrpljivanje prirodnih resursa (fosilna goriva, rude, šume, biodiverzitet), zagađivanje vazduha, zagađivanje podzemnih i površinskih voda, eroziju zemljišta i sve veći razdor između bogatih i siromašnih. Centralna tema o životnoj sredini trenutno su klimatske promene.

Klimatske promene mogu biti izazvane promenama u prirodnoj sredini ili pod uticajem aktivnosti čoveka (npr. razvoj industrije,

saobraćaja, turizma). Klimatske prilike u prirodnim i ruralnim predelima, blizu Zemljine površine, zavise od vegetacije, zemljišta i vlažnosti. Ovi faktori u velikoj meri kontrolišu mogućnost površine da apsorbuje sunčevo zračenje, raspodelu toplote i razmenu energije sa atmosferom. Kada se prirodni elementi zamene asfaltom, betonom i masivnim građevinama, tokovi energije se menjaju i rezultiraju klimatskim promenama koje obuhvataju dugotrajne promene temperature, obrazaca izlučivanja padavina, pravaca vazдушnih strujanja i drugih klimatskih elemenata. Neke od glavnih tema u analizama klimatskih promena obuhvataju: efekat staklene bašte, degradaciju ozonskog omotača i kisele kiše.

### Efekat staklene bašte

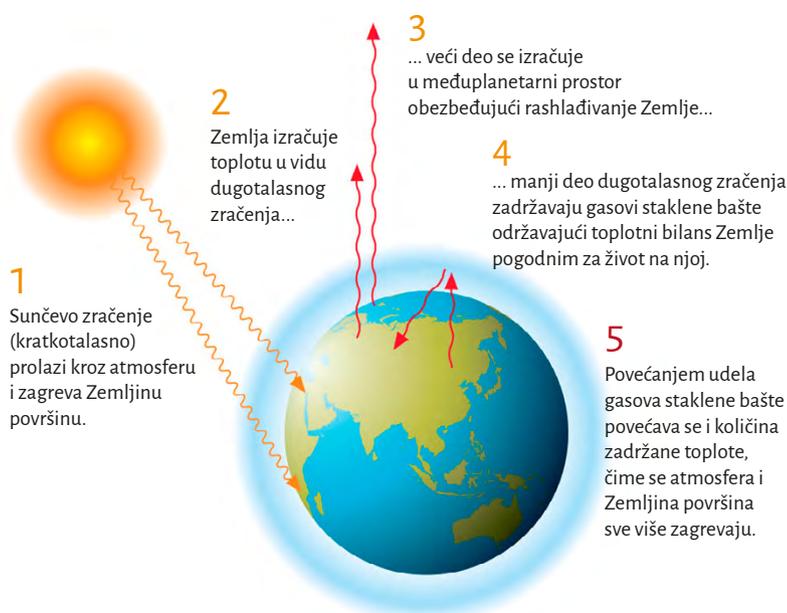
Suština efekta staklene bašte počiva na razumevanju povezanosti sunčevog, kratkotalnog zračenja, koje zagreva Zemljinu površinu i toplotnog, dugotalasnog zračenja, koje emituje Zemljina površina i atmosfera u međuplanetarni prostor (Slika 1). Vrednost tih zračenja mora biti u izvesnoj ravnoteži. Ukoliko je ona narušena, na primer emisijom ugljen-dioksida (CO<sub>2</sub>), dešavaće se porast temperature na površini Zemlje i u donjim slojevima troposfere. Mnogo je faktora koji utiču na promene u toplotnom balansu i poznato je da su oni u geološkoj prošlosti izazivali globalna zahlađenja ili otopljanja. Jedan od glavnih činilaca sadašnjih promena je upravo CO<sub>2</sub> i ovo je tema koja trenutno zaokuplja pažnju naučne javnosti i savremenog društva u 21. veku (Stojanović i saradnici, 2014).

Ugljen-dioksid, vodena para, metan i neki drugi gasovi apsorbuju dugotalasno zračenje Zemljine površine i donjih slojeva atmosfere. Kada apsorpcija uzima maha, molekuli gasova se zagrevaju i temperature vazduha rastu. Ukoliko je atmosfera zasićena vodenom parom i ugljen-dioksidom, onda se toplota akumulira, na isti način kao i kod krova staklene bašte, koji zadržava dugotalasno zračenje, tj. toplotu. Zato se termin efekat staklene bašte i koristi, kako bi se opisala uloga CO<sub>2</sub>, vodene pare i drugih sekundarnih gasova u zadržavanju to-

◀ **Prethodna strana:**  
Doživljaj prirode na putovanju – inspiracija za održivi razvoj (Izvor Save Dolinke, Slovenija)  
Foto: V. Stojanović

plote unutar atmosfere. Naglašavajući značaj efekta staklene bašte, kao prirodnog fenomena koji je koristan i podržava život na Zemlji (Houghton, 2015), naučnici su procenili da bi odsustvo ove pojave dovelo do smanjenja temperature vazduha na Zemljinoj površini sa 15 °C na -18 °C (Marsh and Grossa, 2002; Metz, 2010).

Od početka 18. veka sadržaj CO<sub>2</sub> u atmosferi, kao posledica zagađivanja vazduha sa Industrijskom revolucijom, u konstantnom je porastu. Zagađivanje je sada prouzrokovano i sekundarnim gasovima staklene bašte u koje spadaju: metan – poreklom od životinjskog varenja i bakterija; ozon i azotni oksidi – nastali zagađivanjem vazduha u gradovima i hlorofluorougļjovodonici (CFC) iz sprejeva i rashladnih uređaja. Nažalost, porast koncentracije CO<sub>2</sub> i sekundarnih gasova staklene bašte i dalje je globalni trend. Jedan od njegovih uzročnika je i porast broja stanovnika u svetu (Marsh and Grossa, 2002).



▲ **Slika 1.** Šematski prikaz efekta staklene bašte

Posledice pojačavanja efekta staklene bašte dovode do globalnog otopljanja koje se već dešava i koje će, prema predviđanjima, imati uzlazni trend kroz ceo 21. vek. Zbog globalnog otopljanja životna sredina na svim geografskim širinama prolazi kroz sistematke promene. Otapanje lednika je izrazito u svim delovima sveta, a naučne analize su posebno usredsređene na posledice otapanja na Antarktiku, Arktiku i Grenlandu (Marsh

and Kaufman, 2013; Houghton, 2015). Otapanje kopnenih lednika može izazvati i porast nivoa Svetskog mora u čemu mnogi krajevi sveta mogu biti pogođeni, na primer, Bangladeš, delte velikih reka i ostrva u Tihom okeanu (Metz, 2010). Kombinovani efekat manjka padavina i viška isparavanja, prepoznatljiv prema scenariju klimatskih promena u mnogim krajevima, mogao bi izazvati velike probleme u vezi sa snabdevanjem domaćinstava i poljoprivrede svežom vodom. Istovremeno, proizvodnja hrane bi značajno mogla biti umanjena (Houghton, 2015). Gotovo da je izvestan i uticaj na ekosisteme od polova do ekvatora, jer promena klime u značajnoj meri menja i uslove u staništima biljnih i životinjskih vrsta, što je dodatni pritisak na i onako ugroženi biodiverzitet (Grace, 2012; Marsh and Kaufman, 2013).

### Degradacija ozonskog omotača

Ozon je molekul sastavljen od tri atoma kiseonika. Ultraljubičasto zračenje inicira niz reakcija molekulskog kiseonika (O<sub>2</sub>) čiji je krajnji produkt druga modifikacija kiseonika – ozon (O<sub>3</sub>) (Gribin, 2005). Prirodna koncentracija ozona je zastupljena u stratosferi i to na visinama od 15 do 35 kilometara iznad površine Zemlje. Pojas stratosfere gde je koncentracija ozona maksimalna poznat je kao ozonosfera i prostire se na visinama od 22 do 25 kilometara. Ozonosfera štiti Zemlju od prodora ultraljubičastog zračenja koje je višestruko štetno za živa bića, tako što utiče na njihovo zdravlje. Ultraljubičasto zračenje isto tako smanjuje prinose useva, šteti razvoju šuma i vegetaciji uopšte.

Gubitak ozona u stratosferi izaziva hemijska reakcija u kojoj hlorofluorougļjovodonici, poznatiji kao freoni, uništavaju molekule ozona. Hlorofluorougļjovodonici imaju široku primenu u industriji, jer su relativno netoksični, nezapaljivi i ne razlažu se lako. Oni služe kao materijali za raspršivanje sprejeva u flašama, kako za kozmetičke, tako i za druge namene, kao i za punjenje motora zatvorenih rashladnih sistema. Pošto su hemijski stabilni, njihova trajnost u prirodi se procenjuje na 150 godina. Nakon oslobađanja u atmosferu, gasovi se podižu do visine od oko četrdeset kilometara gde ih energija sunčevog ultraljubičastog

zračenja razlaže, oslobađajući tako fluor. Kada je slobodan, jedan atom fluora izaziva lančanu reakciju u kojoj se uništi 100.000 molekula ozona, pre nego što se mnogo godina kasnije spusti na površinu Zemlje (Đukić i Pavlovski, 1999). U opisanom procesu nastaju tzv. ozonske rupe.

Zbog preraspodele hlorofluorougļjovodonika, na koju utiču vetrovi u gornjim slojevima stratosfere, rasprostiranje ozonskih rupa je uslovljeno sezonskim promenama u globalnim cirkulacijama. Degradacija je posebno koncentrisana na polarne regione, a posebno na Antarktiku. Ovde su naučnici ustanovili „rupe“ u ozonskom omotaču, posebno tokom septembra, oktobra i novembra. U budućnosti se očekuje zaustavljanje procesa degradacije ozonskog omotača, zahvaljujući i Montrealskom protokolu. Ovaj međunarodni sporazum je potpisan 1987. godine, a zatim je dopunjen 1990. i 1992. godine. Očekuje se da će do 2050. ozonski omotač biti potpuno obnovljen (Trewby, 2002).

## Kisele kiše

Dok zagađuju atmosferu, gasovi stupaju u hemijske reakcije sa padavinama i tako izazivaju još jedan poguban uticaj po životnu sredinu. Oksidi sumpora i azota dolaze u kontakt sa oblacima i kapljicama padavina gradeći kiseline. Konačni rezultat ovog procesa su kisele kiše, kiseli oblaci i kiselina magla. Taj proces naročito podupiru zagađenja iz termoelektrana.

Glavni uzročnik pojave kiselih kiša je emisija sumpor-dioksida, pa ne čudi što javnost zaokuplja pitanje kretanja njegovih koncentracija u budućnosti. Posledice kiselih kiša u životnoj sredini su višestruke. Na prvom mestu one izazivaju degradaciju šumskih ekosistema, a zatim i negativan uticaj na riblje vrste u jezerima, posebno u regijama prema kojima struje vetrovi iz industrijskih oblasti. Napori za smanjivanje emisije zagađivača koji utiču na pojavu kiselih kiša prisutni su u Evropi i Severnoj Americi. Kako se emisija sumpora, kroz ubrzan ekonomski rast, sve češće pojavljuje i u nekim drugim delovima sveta, tako se i problem kiselih kiša geografski širi (Houghton, 2015).

## TURIZAM I KLIMATSKE PROMENE

Klima i turizam pokazuju veoma složene interakcije, koje se uočavaju širom sveta, u gotovo svim turističkim destinacijama (Freitas, 2005; Becken and Hay, 2007). Najuočljiviji dokaz iznetih tvrdnji pronalazi se u državama u razvoju, koje su se snažno oslonile na turističku privredu i koje već sada, usled klimatskih promena, prolaze kroz brojne izazove. Na primer, Maldivi i Kiribati zasnivaju svoju turističku ponudu na obilasku koralnih grebena, koji, usled porasta temperature Svetskog mora, dolaze u fazu izbeljivanja i potom odumiranja (Schott et al., 2010). Situacija je slična i u razvijenim državama (npr. Švajcarska, Austrija, Francuska), što pokazuje da uticaj klime na turizam ima univerzalni karakter, da su promene neminovne i da se s tim problemom društvo mora boriti. O tome govore i menadžeri turističkih destinacija. Na primer, upečatljivi primeri dolaze iz Alpa, globalno poznate destinacije zimskog turizma. U Vijar de Lansu, šarmantnom francuskom gradiću, jedva da polovina turista još

uvek skija, ostali provode vreme u centrima za zabavu (kazino, kuglanje). Majke sa decom borave u zatvorenim akva parkovima i prevrću se na veštački izazvanim talasima. Čini se kako je sve je tu osim onih aktivnosti koje su nedavno bile karakteristične za zimski turizam. Francuski gradić Žerarme čak radi na projektu razvijanja planinskog golfa, usled toga što je snega sve manje. Umetnički i filmski festivali su nova konkurentna prednost ski-centara. Iz istog razloga francuski turistički centar Alp D'Ijez je pokrenuo zimski festival filmske komedije. Dakle, smanjenje debljine snežnog pokrivača u sezoni bitno je uticalo na promene u tendencijama turističkog razvoja. Prema rečima jednog menadžera, iz turističke organizacije Vilarde, turisti su do pre dvadeset godina beskrajno skijali. Sada žele veći komfor, više stila, više izbora ili jednostavno rečeno – nešto više od skijanja (Pape, 2007). Jedan od bitnih uzroka novog trenda jesu i zime sa znatno manje snežnih padavina.

Složenost međuzavisnosti klime i turizma može se predstaviti i kroz sledeće karakteristike:

- Klima definiše dužinu i kvalitet turističkih sezona (npr. zimski sportovi) u različitim regijama sveta. Neke turističke destinacije zavise od klime, pošto je ona glavni resurs na kome se zasniva turistička privreda (npr. male i tropske ostrvske države u razvoju).
- Klima direktno utiče na različite aspekte turističkih funkcija (npr. vodosnabdevanje i kvalitet vode, troškovi grejanja-hlađenja, proizvodnja snega, potreba za navodnjavanjem, suzbijanje štetočina, evakuacija i privremena zatvaranja), koje isto utiču na profitabilnost.
- Širok spektar resursa životne sredine, koji predstavljaju ključne atrakcije za turizam u mnogim destinacijama, osetljivi su na kli-

matSKU varijabilnost, poput biodiverziteta, obima i kvaliteta vode, snežnih padavina ili obima glečera.

- Klima utiče na uslove životne sredine koji mogu da odvrte turiste, uključujući zarazne bolesti, šumske požare, cvetanje algi, insekte ili druge vrste koje se prenose vodom (npr. meduze) i uključujući ekstremne događaje, kao što su uragani, poplave ili toplotni talasi.
- Klima je bitna determinanta u donošenju turističkih odluka. Sezonske klimatske fluktuacije u turističkim destinacijama i na glavnim tržištima su ključni pokretači turističke potražnje na globalnom i regionalnom nivou. Vremenski uslovi su suštinska komponenta iskustva putovanja i takođe utiču na turističku potrošnju i zadovoljstvo turista (UNWTO, 2009).

### **Prilog 1. Medijska slika o budućnosti turizma pod uticajem klimatskih promena: *Adios, Costa del Sol; hello Costa del Norte***

Sliku budućeg razvoja turizma u globalno toplijem svetu projektovao je Erik Pejč (Eric Pape) u jednom broju nedeljnika *Njuzvik* (*Newsweek*) iz 2007. godine. Ovaj istraživački novinar, pod intrigantnim naslovom „*The Costa del Norte*“, opisuje kakva je budućnost turizma pod pritiskom klimatskih promena. Projekcija čitaoca vodi u 2060. godinu u Parnu (Estonija) – „turističku destinaciju budućnosti“. U članku se pretpostavlja da za Parnu čitaoci nisu čak ni čuli, ali će se navodno i to uskoro dogoditi, jer je turizam, kao i brojne druge privredne delatnosti, podložan promenama pod uticajem globalnog otopljanja. Prema nekim procenama više milijardi evra vredna turistička privreda evropskog Mediterana polako bi se mogla početi pomerati prema severu i obalama Skandinavije, Velike Britanije i Baltika. Na kraju uvodnog članka ostavljena je poruka: *Zbogom Costa del Sol; zdravo Severna obala*.

Članak navodi da su promene u klimatski toplijem svetu već sada uočljive. Sa porastom temperature i topljenjem snežnog pokrivača, turistička privreda se nalazi na prekretnici. Sve je više destinacija zimskog turizma, na nižim pa čak i srednjim nadmorskim visinama, koje se uveliko suočavaju sa problemima promene klime. Od Stenovitih planina do Piri-neja i Alpa, snega je sve manje, tako da se turistički radnici nalaze pred novim izazovima. Turistička privreda u destinacijama koje izrazito zavise od vremenskih prilika sada mora da se prilagođava novim uslovima na način kako je to Darwin opisivao u slučaju živih bića: Prilagoditi se novoj klimatskoj realnosti ili nestati. Na drugoj strani, porast vremenskih nepri-lik, poput oluja i uragana, narušava plaže i obale turističkih destina-cija od Kariba, preko Mediterana, do jugoistočne Azije. Globalno otoplja-vanje ima svoje posledice na sve delove turističkog procesa, od izbora destinacije, preko transporta, do receptivne faze. Sve je više uočljivo i to da turisti teško podnose visoke temperature vazduha u pojedinim turi-stičkim destinacijama u kojima one dostižu i 40 °C (Pape, 2007).

Neizvesnost naučnih saznanja o predviđa-nju klimatskih promena znači da nema apso-lutne sigurnosti u zaključivanju o tome kako će na turizam uticati takve promene u budućno-sti (Prilog 1). Međutim, topljenje glečera, porast nivoa mora, smanjenje snežnih padavina, gu-bitak biodiverziteta i promene u obrascima ra-sprostranjenja ekosistema će neizbežno imati posledice po razvoj ove delatnosti. Prema Svet-skoj turističkoj organizaciji pretnje uključuju i porast nivoa mora što će izazvati negativni uti-caj na priobalne predele i mala ostrva, u svetu danas veoma važne destinacije. Porast tem-perature će promeniti obrasce padavina, pro-blemi sa vodosnabdevanjem će se pogoršati, a klimatske promene će povećati veličinu, učes-talost i rizik od ekstremnih vremenskih deša-vanja (npr. oluje i erozivni efekat morskih ta-lasa). Preciznije rečeno, verovatno je da će sa porastom nivoa mora doći do višeg nivoa ero-zije plaža, priobalnih poplava, gubitka ekosi-tema duž obala i potpunog potapanja ostrva malih nadmorskih visina (Holden, 2008).

Druga strana priče u interakciji turizma i klimatskih promena odnosi se na uticaj koji turizam ima u ukupnom antropogenom dopri-nosu klimatskim promenama. Najočigledniji uticaj dolazi iz ugostiteljskih objekata (pruža-nje usluga hrane i smeštaja), koji emituju za-gađujuće materije u vazduh (npr. CO<sub>2</sub> i CFC). Posle toga, najveći broj diskusija u stručnim

raspravama se odnosi na uticaj saobraćaja, koji predstavlja važnu podršku u neometanom razvoju turizma. Vazdušni saobraćaj, a posebno kroz globalnu ekspanziju niskobudžetnih avio-kompanija, u značajnoj meri utiče na pojačavanje efekta staklene bašte. Problem dolazi i odatle što se zagađujuće materije oslobađaju na velikim visinama, pa je efekat zagađivanja veći nego u slučaju onoga na površini kopna. U svakom slučaju, mali su izgledi da nova tehnološka rešenja mogu značajnije smanjiti obim ovog zagađivanja.

Da bi se rizik sveo na minimum i iskoristile mogućnosti izazvane klimatskim promenama, sva turistička preduzeća i destinacije će morati da se prilagode ekonomski, socijalno i ekološki održivom poslovanju. Iako je kapacitet turizma, da se prilagodi klimatskim promenama, relativno visok zbog njegove dinamične suštine, on ipak može i značajno da varira, kako unutar tako i između grupa zainteresovanih strana, a sve u zavisnosti od finansijskih resursa i tehničkog znanja. Zbog relativne slobode turista da izbegavaju destinacije na koje utiču klimatske promene ili da pomeću vreme putovanja, kako bi izbegli nepovoljne vremenske uslove, oni (turisti) imaju najveći kapacitet prilagođavanja (u zavisnosti od novca, znanja i vremena). Veliki turoperatori, koji ne poseduju kapitalnu infrastrukturu, u boljoj su poziciji da se prilagode promenama na destinacijama, jer mogu da odgovore na zahteve klijenata i pruže informacije koje utiču na njihov izbor. Dobavljači usluga na određenim destinacijama imaju manji adaptivni kapacitet, dok zajednice i igrači sa velikim ulaganjem u nepokretna kapitalna sredstva imaju najmanji adaptivni kapacitet. Najosetljivijim destinacijama, u odnosu na tekuće klimatske promene, kao i najmanje razvijenim državama, biće potrebna pomoć kako bi mogle da se prilagode novoj realnosti (Cabrini, 2010).

S obzirom na porast značaja kulturnog nasleđa u turističkoj ponudi, tema o uticaju klimatskih promena na ovaj vid turističkih atrakтивности u poslednje vreme dobija na značaju (Stojanović et al., 2020). Klimatske promene mogu na najraznovrsnije načine uticati na kulturno nasleđe posredstvom izmena vrednosti temperature vazduha, vlažnosti vazduha, suša, učestalih vremenskih nepogoda, popla-

va, erozije i promena koje se tiču zemljišnog pokrivača (Hee-Eun, 2011; Perez-Alvaro, 2016; Fatorić and Seekamp, 2017; Sesana et al., 2018). Različite kategorije spomenika kulture su pogođene ili mogu biti pogođene klimatskim promenama u budućnosti. Dosadašnje analize najviše upućuju na osetljivost arheoloških nalazišta, istorijskih gradova (uključujući i istorijske građevine) i kulturnih predela. Faktori promene temperature ili sadržaja vode u zemljištu mogu uticati na očuvanje arheoloških lokaliteta, na primer zbog gubitka celovitosti u njihovoj stratigrafiji. Pitanje uticaja klimatskih promena na ove lokalitete utoliko je složenije, jer promene mogu dovesti i do gubitka nasleđa koje još uvek nije otkriveno ili poznato javnosti. Klimatske promene mogu imati veliki uticaj na nasleđe istorijskih gradova, na primer i zbog toga što istorijske građevine ostvaruju veću povezanost sa zemljištem, nego savremene, pa tako lakše apsorbuju vlažnost. Isto tako, one i lakše gube vlažnost kroz površinsko isparavanje, što izaziva koroziju ili devastaciju izazvanu uticajem soli. Zatim se faktori uticaja ogledaju u iznenadnim promenama vremena, učestalim poplavama, eroziji obale Svetuskog mora (totalni gubici, nestanak nasleđa) i povećanju broja oluja koje ugrožavaju nasleđe (UNESCO, 2007). Kulturni predeli, kao kategorija kulturnog nasleđa, stoje u čvrstoj vezi sa klimatskim promenama, a istraživanja najčešće ističu primere predela koji bi u potpunosti mogli da nestanu sa porastom nivoa Svetuskog mora (Hall et al., 2015). Scenario globalno toplijeg sveta bi se mogao pogubno odraziti i na podvodno kulturno nasleđe, usled povećanja temperature morske vode, promena u morskim strujama i onih koje se tiču hemijskog sastava vode. Nasleđe kulturnih predela priobalnih krajeva bi isto tako moglo biti ugroženo zbog potapanja, na primer u Londonu, Njujorku, Sidneju, Mumbaju i Rio de Žaneiru (Perez-Alvaro, 2016).

Kulturno nasleđe pod pritiskom klimatskih promena, baš kao i drugi segmenti životne sredine, zahteva mere adaptacije i ublažavanja u borbi protiv globalnog otopljanja (Hall et al., 2015; Cassar and Pender, 2005; UNESCO, 2007). U naporima da se adekvatno reaguje na klimatske promene i prevaziđe koncept intervencija u hitnim slučajevima, neophodna je dugoročna

vizija zaštite od klimatskih promena, koja pruža veću otpornost, a posebno u slučaju izgrađenih objekata (Rojas, 2007). Da bi se potražila rešenja za adaptaciju i ublažavanje klimatskih prome-

na neophodno je primeniti delotvorne politike upravljanja kulturnim nasleđem, a one uključuju saradnju, finansiranje, istraživanje i edukaciju (Cassar and Pender, 2005).

## GLOBALNI OKVIR TURISTIČKOG RAZVOJA

Ostvareni turistički promet u svetu je izložen konstantnom porastu i to decenijama unatrag. Na primer, u 1950. godini u međunarodnim turističkim kretanjima je učestvovalo 25 miliona turista, a u 1990. čak 458 miliona. Turizam je inače delatnost osetljiva na ekonomsku krizu, ratove i terorizam, međutim čak ni intenziviranje ovih pojava u poslednjih petnaest godina nije sputalo progresivni karakter turističkog prometa. Ispostavilo se da su stagnacija i opadanje (2008-2009), usled ekonomske krize koja je otpočela 2007. godine, bile kratkog daha. Tako se ni bojazan Svetske turističke organizacije zbog opadajućeg trenda, oličena u jednom naslovu iz njihovog biltena 2009. godine – Sigurna nesigurnost, nije pokazala kao opravdana. Polovinom devedesetih godina 20. veka ukupan broj turista u međunarodnom prometu je iznosio 527 miliona, a u 2012. godini taj broj je dosegao milijardu. U 2019. godini u ostvarenom turističkom prometu je učestvovalo oko 1,5 milijardi turista. Prognoze za budućnost i dalje su optimistične, uprkos drastičnom padu turističkog prometa usled pandemije COVID-19 u 2020. godini i to za oko 70%.

Razvoj savremenog turizma je otpočeo skromno. Prvo poznato turističko putovanje u novijoj istoriji, prevoz grupe od 570 kongresnih turista, organizovano je 1841. godine. Ono je vezano za ime Tomasa Kuka (Thomas Cook), osnivača istoimene turističke agencije, koja je do skoro bila jedna od najpoznatijih u svetu. Nije prošlo ni dva veka od tog za turizam važnog događaja, a gotovo da nema dela planete u kome se ne odvija neka turistička aktivnost. Čak i oni predeli koji na prvi pogled ne izgledaju kao primamljive turističke destinacije, na primer, polarni krajevi, nisu van domašaja savremenih turista. Ovde spadaju i nacionalni parkovi polarnih regija (Marsh, 2000). Na primer, zaštićeno područje Katanilik u Ka-

nadi promoviše se kao mesto na kome će turisti „pronaći samoću“ (Moss, 1994). U severoistočnoj Rusiji slični prostori su označeni kao „nova arena za posebna interesovanja“ (Viken et al., 1995). Najzad, turističko osvajanje sveta kulminiralo je afirmacijom Antarktika. Početkom osamdesetih godina broj ljudi koji su posetili ovaj kontinent iznosio je 1.000, da bi krajem devedesetih dostigao broj od 10.000 turista (Marsh, 2000).

Analizirano prema regijama koje je izdvojila Svetska turistička organizacija, ostvareni turistički promet je predstavljen sledećim trendovima. Prema broju turističkih dolazaka Evropa je i dalje najjača turistička regija u svetu (744 miliona). Na drugom mestu se nalazi Azija sa Pacifikom (362 miliona). Tek nakon njih dolaze Severna i Latinska Amerika (219 miliona), Afrika (70 miliona) i Bliski istok (65 miliona). Bez obzira na sve izvore koji naglašavaju globalizaciju izazvanu turizmom, ispostavilo se da najveći broj turista putuje unutar regije iz koje i potiče. Četiri od pet međunarodnih dolazaka realizuje se unutar jedne iste regije. Najveći broj turista tradicionalno potiče iz ekonomski razvijenih zemalja Evrope, Amerike, Azije i Pacifika, dok se udeo turista iz zemalja u razvoju značajno povećava (npr. Istočna Evropa, Azija). Najveći rast ostvarenog međunarodnog turističkog prometa predviđa se Aziji i Pacifiku, zatim dolaze Severna i Latinska Amerika, da bi ih u tome dalje sledila i Evropa sa nešto sporijim tempom rasta.

Posmatrano pojedinačno po državama, deset najvećih turističkih sila u svetu su: Francuska, Španija, SAD, Kina, Italija, Turska, Meksiko, Tajland, Nemačka i Velika Britanija.

Turizam i globalizacija su višestruko povezani. Turizam je još jedna privredna delatnost koja u ekonomsko-geografskim analizama globalizacije zauzima posebno mesto i to zbog toga što su upravo unutar ove tercijarne delat-

nosti proizvodnja i potrošnja izuzetno povezano putem lokalno-globalnih veza (Stojanović, 2022). Globalizacija je višedimenzionalni proces u kome su tržišta, kompanije, proizvodnja i nacionalni finansijski sistemi integrisani na globalnom nivou. Procesi globalizacije mogu da se pojavljuju u različitim segmentima, ali svi oni ukazuju na internacionalizaciju svakodnevnog života. Iako se može govoriti o čisto političkim ili kulturnim aspektima ovog „smanjenja sveta“, ekonomske dimenzije globalizacije privlače najveću pažnju. Ekonomska globalizacija se bavi materijalnim mehanizmima koji povezuju različite zemlje, a koji potom imaju političke, kulturne i društvene posledice unutar i između država (Brawley, 2009). Šezdesete godine 20. veka su obeležile početak međuzavisnosti u svetskoj ekonomiji. Mnoge kompanije koje posluju u Zapadnoj Evropi i SAD reorganizovale su svoje poslovanje i poboljšale svoju profitabilnost kroz podugovaranje nekih svojih aktivnosti i internacionalizaciju svojih proizvodnih kapaciteta. Sa druge strane, ne može se reći da je tada nastala globalizacija, jer je svetska ekonomija već postojala i prolazila kroz vlastiti proces. To znači da globalizacija nije produkt 20. veka. Počevši od 16. veka, ali u najvećoj meri tokom 19. i 20. veka, razvila se svetska ekonomija iz lokalnih ekonomskih sistema. Postepeno, ona je pokrivala sve veće geografske regije i zahvatala sve veći broj delatnosti (npr. ekstrakcija resursa, kapitalne investicije, trgovina proizvodima i uslugama), menjajući važnost pojedinih svet-skih regija (Knox et al., 2014).

Globalizacija turizma je u tesnoj vezi sa prostorno-ekonomskim osvajanjem sveta i nema dileme da je tome doprineo razvoj saobraćaja od šezdesetih godina 20. veka. Na početku 21. veka razvoj niskobudžetnih kompanija, poput Izidžeta (easyJet), Rajanera (Ryanair) i Sautvest erlajnsa (Southwest Airlines), vidno je doprineo ekspanziji međunarodnog turizma, tako što je međusobno približio brojna emitivna i receptivna područja. Međutim, saobraćaj je tek jedan od preduslova za globalizaciju turizma, koja je mnogo kompleksnija i ogleda se u brojnim pokretačima i posledicama.

Turizam nije izolovana delatnost, već se odvija u interakciji sa brojnim prirodnim i društvenim faktorima, pa je kao posledica toga pod

snažnim uticajem globalizacije. Glavni pokretači globalizacije u turizmu su:

- usvajanje načela slobodne trgovine, koja pomeraju barijere međunarodnog poslovanja;
- računar i komunikacione tehnologije, podstiču „e-biznis“;
- dobavljači koji su na međunarodnom tržištu i pri tom koriste CRS sisteme (sisteme rezervacije putem računara) i globalne distributivne sisteme (GDS); primeri ovakvih dobavljača su velike avio-kompanije, lanci hotela i turooperatori, kao i strateška partnerstva u prehrambenoj industriji;
- pad cena usluga međunarodnog saobraćaja, približava sva turistička tržišta sveta;
- povećanje primanja u turističkim zemljama u sprezi sa „novim turistom“ koji je iskusan i pronicljiv;
- pojava novih destinacija, izaziva potražnju za novim i većim obimom međunarodnog tržišta turizma (Boniface et al., 2012).

Posledice globalizacije u turističkom sektoru su sledeće:

- standardizacija procedura i kontrole kvaliteta;
- povećana konkurencija;
- centralizovani način upravljanja u marketingu i tehnologijama iz velikih kompanija;
- stvaranje strateških saveza (npr. u oblasti avio-saobraćaja);
- prihvatanje globalnih brendova (npr. Šeraton);
- promena u tehnikama upravljanja (menadžment);
- prihvatanje novih načina poslovanja, uz pomoć korišćenja elektronske pošte (e-mail) i interneta;
- prihvatanje globalnog distribucionog sistema i menadžmenta prihoda;
- otežani uslovi poslovanja i prodaje za mala i srednja turistička preduzeća (Boniface et al., 2012).

Globalizacija turizma je donela neke važne prednosti u razvoju ove delatnosti. Velike kompanije često imaju izričitu kontrolu kvaliteta usluga što smanjuje rizik od neželjenih situacija, a koje u poslovanju nisu prihvatljive. Na drugoj strani, postoji opasnost da globali-

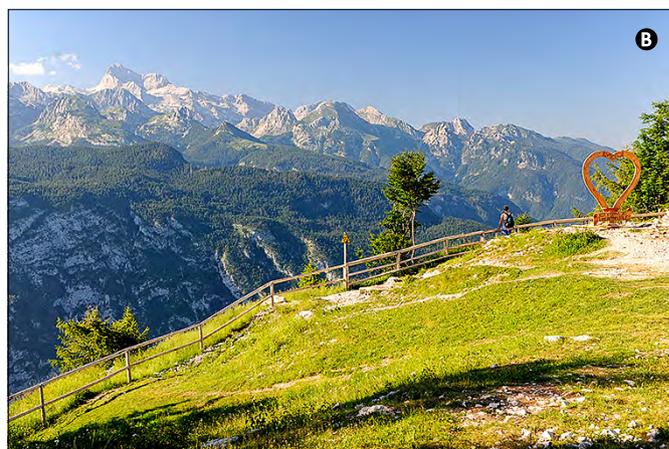
zacija stvara uniformisane predele, kulture i brendove (npr. Šeraton, Koka-Kola, Starbaks), potpuno suprotno onome što turisti traže (npr. raznovrsne predele, kulture, proizvode). Kao krajni ishod pojavljuju se destinacije koje po-

prilično liče jedna na drugu, premda su geografski značajno udaljene ili pripadaju drugim kulturama. Najveći izazov za globalizaciju upravo je očuvanje kulturnog identiteta i izvornog karaktera destinacije (Stojanović, 2022).

## ŽIVOTNA SREDINA KAO TURISTIČKA ATRAKTIVNOST

Razvoj turizma je znatno više nego u slučaju drugih delatnosti uslovljen kvalitetom životne sredine, njenim prirodnim i kulturnim vrednostima, jer se stepen očuvanosti i atraktivnosti životne sredine neposredno odražava na mogućnosti za razvoj turizma u datom prostoru, a naročito ako je u pitanju rekreativni turizam. Turizam je svojevrsna spona između urbanih centara i oblasti sa izvornom i očuvanom prirodom. Povećanje zagađenosti gradskih i industrijskih centara pojačava potrebu za tu-

rističkim kretanjima, usmerenih ka neurbanizovanim delovima životne sredine. Pošto zahvata velike prostore sa očuvanom prirodom, turizam kao delatnost valorizuje one elemente tog prostora koji su za niz drugih delatnosti od marginalnog značaja. Samo se turizmom mogu valorizovati peskovite, šljunkovite i stenovite obale mora, jezera i reka, vidikovci, planinske padine pokrivene snegom, močvare, neki elementi klime, pećine i jame, reliktno i endemične vrste biljaka i životinja, zalazak



▲ **Slika 2.** Različiti tipovi životne sredine i mogućnost razvoja turističkih aktivnosti i oblika turizma – A. obala mora (kupališno-rekreativni); B. planinski predeo (treking); C. seosko-ruralni predeo (agro-turizam); D. gradski predeo (kulturne rute)

Foto: V. Stojanović

sunca i slikovitost predela (pejzaža). Turizam je svojevrsni korisnik životne sredine, a specifičnost mu je u tome što, ako je dobro isplaniran i realizovan, nije nepovratni potrošač prirode. Kontrolisanim razvojem turizma, uz izgradnju odgovarajućih sadržaja, ova delatnost oplemenjuje prostor (Jovičić, 2000).

Životna sredina ima brojne definicije prihvaćene u isto tako brojnim naukama i naučnim disciplinama. Iz ugla turizma i njegove globalne konotacije, ističe se da životna sredina, pored svog prirodnog, ima i društveno ili kulturno obeležje. Pošto životna sredina obuhvata prirodno i kulturno okruženje turista u mestima njihovog boravka i turističkim destinacijama, u studijama turizma su veoma bitne analize o različitosti okruženja ili tipova životne sredine na relaciji između mesta stalnog boravka turista i turističkih destinacija u kojima oni povremeno borave. Isto tako, percepcija ili način na koji potencijalni i aktuelni turisti posmatraju odlike različitih tipova životne sredine veoma su važni. Različiti tipovi životne sredine, predela i različite odlike prirodnih vrednosti omogućuju upražnjavanje različitih tipova turističkih aktivnosti i razvoj raznovrsnih oblika turizma (Slika 2).

### **Delatnost turizma iz perspektive životne sredine**

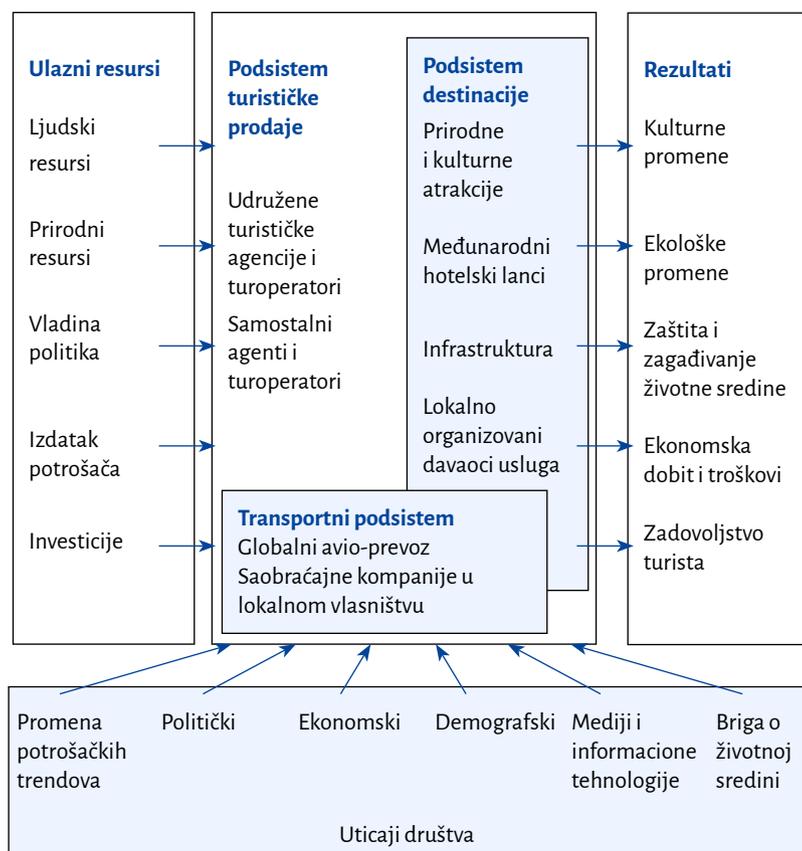
Početo stajalište u definisanju turizma ističe kako je ova delatnost sistem, koji ne uključuje samo privredu i turiste, već i društvo i životnu sredinu (Slika 3). Takvo stanovište se interpretira pomoću opisa kako svaki deo tog sistema ima međusobne veze sa preostalim delovima i da ni jedan menadžer ili vlasnik, uključen u proces, ne može potpuno da kontroliše ceo sistem. Akcije koje se preduzimaju unutar jednog dela sistema imaju uticaj i na njegove druge delove. Na primer, namera i aktivnost nekog turoperatora da uvrsti u svoj program neku potencijalnu turističku destinaciju, bitno će se odraziti na njene ekonomske i društvene karakteristike. Stajalište o turizmu kao sistemu izbegava jednodimenzionalan pogled na ovu delatnost uslužnog sektora. Zato turizam i nameće potrebu multidisciplinarnog istraživanja, koje obuhvata ekonomiju, psihologiju, sociologiju, antropologiju, geografiju i druge nauke.

Model turističkog sistema iz perspektive životne sredine uključuje brojne i različite elemente. U ulazne resurse tog sistema se ubrajaju prirodni i kulturni resursi, čije korišćenje je podstaknuto turističkom potrebom i trendovima turističkog tržišta, a zatim su tu i vladina politika i investicije unutar turističkog sektora.

Tri podsistema, koji se delimično preklapaju i u međusobnoj su vezi, zauzimaju centralno mesto u turističkoj delatnosti. Podsisteme povezuje poslovanje, a ono se prvenstveno razvija s ciljem zadovoljenja potreba turista. U aktere poslovanja se ubrajaju: turoperatori, međunarodni hotelski lanci, globalno prepoznatljive avio-kompanije i preduzeća u vlasništvu lokalnih zajednica. Unutar podsistema destinacije naglašena je uloga prirodnih i kulturnih atrakтивности, koje su baza za privlačenje turista i od kojih, najzad, zavisi njihovo pokretanje.

Rezultati funkcionisanja sistema upućuju na činjenicu da turizam može proizvesti prirodne i kulturne promene. Promene se opisuju kao pozitivne ili negativne. Turizam može uticati na zaštitu životne sredine i njeno zagađivanje (npr. u nekim destinacijama novac od turizma se ulaže u projekte zaštite prirode i očuvanja vrsta, dok u drugim prekomerna izgradnja uništava biodiverzitet). Ova delatnost može takođe proizvesti pozitivne ili negativne kulturne promene (npr. u nekim zemljama turizam podstiče legalno zaposlenje žena unutar turističkog sektora, dok u drugim utiče na porast nivoa prostitucije). Isto tako, unutar ekonomskog sektora, turizam može da potencira ekonomsku šansu za zajednicu lokalnog stanovništva, ali takođe može da podstiče neopravdanu inflaciju i rast cena unutar neke destinacije. Najzad, jedan od presudnih rezultata jeste i zadovoljstvo turista, jer ako ono nije podsticajno, onda je upitan ceo tok razvoja turizma.

Turistički sistem se menja pod uticajem brojnih spoljašnjih i društvenih činilaca. To upućuje na činjenicu da promene trendova u društvu utiču na procese u turizmu. Na primer, promena potrošačkih trendova odrazila se i na turističko tržište, pa je tako došlo do pojave tzv. „novih turista“. Oni pokazuju veći interes za životnu sredinu, više su nezavisni, fleksibilni i svesni, nego turisti masovnog tržišta. Turistički sistem se mora usklađivati sa novim tržišnim segmentom, a lokalna vlada i



▲ **Slika 3.** Turistički sistem: perspektiva životne sredine  
Izvor: Holden, 2008, preuzeto od Laws, 1991.

zajednice stanovništva moraju planirati i razvijati destinaciju na način koji odgovara potrebama tog segmenta.

Ekonomске, tehnološke i političke promene utiču na to da je turizam dostupan sve većem broju ljudi. Na primer, porast ulaganja pojedinaca u slobodno vreme, duži odmori i veća politička sloboda, sve ukupno utiču na porast turističkih putovanja. Dalje, tehnološki napredak i razvoj avio-saobraćaja olakšali su savladavanje prostorne distance i podstakli razvoj turizma u udaljenijim krajevima sveta. Mediji i informacione tehnologije pružaju svakim danom sve više podataka o potencijalnim turističkim destinacijama, a upotreba personalnog računara i internet su uveli potpuno novu dinamiku kada je reč o promociji i prezentaciji turističkih resursa.

### Razvoj odnosa prema životnoj sredini od Velikog putovanja do savremenog turizma

Promena percepcije ljudi o izgledu nekog dela životne sredine, koji se može označiti i kao predeo ili pejzaž, uslovljena je prevlađujućim društvenim normama (Cooper and Hall, 2008;

Holden, 2008; Hall and Page, 2014). Drugim rečima, ono što ljudi podrazumevaju pod „lepim“ pejzažom podložno je promenama, a one proističu iz društvenih promena i trendova. Na primer, primetna promena stavova kod ljudi u odabiru destinacija za posetu otpočela je u okviru tzv. Velikog putovanja (Grand Tour) i to sredinom 18. veka, pošto je želja za posmatranjem slikovitih i romantičnih predela postala jača. Veliko putovanje je bilo sastavni deo u obrazovanju engleske gospode tokom 18. veka i podrazumevalo je putovanje kontinentalnom Evropom sve do Italije. Samo kroz Veliko putovanje džentlmen je mogao upoznati svet. Bogati pojedinci i slavni slikari tog vremena su bili pioniri ovog društvenog fenomena. Klima, italijansko nebo, umetnine, samo su neki od privlačnih izazova Velikog putovanja. Cilj je bio videti obale Mediterana, kao sedišta četiri velika carstva – asirskog, persijskog, grčkog i rimskog. Putnike su zanimali i Alpi. Samo između 1750. i 1795. godine štampano je više od šezdeset putopisnih knjiga o Švajcarskoj, odnosno, Alpima. Zato njihova slava u to vreme ne treba danas nikoga da čudi. Umetnici tog doba su bili revoltirani i zabrinuti zbog izmene prirodnog alpskog predela. Neki preduzimani radovi u prostoru Alpa, u prvom redu izgradnja puteva, doneli su izvesnu dobrobit, ali se ipak žalilo za onim što je izgubljeno – malim kapelama i jednostavnim, grubim, drvenim mostovima (Ivanjek, 2001).

Iz kraće analize proističe da je Veliko putovanje označilo značajan pomak u odnosu na ono što se ranije smatralo poželjnim pejzažom. Prethodno poželjni pejzaži su pronalazeni u nekim drugim evropskim zemljama, poput Belgije i Holandije, kao ilustracija čovekove sposobnosti da kontroliše i dominira prirodom, a sve u obezbeđivanju poljoprivredno produktivnog zemljišta. Ovaj nekadašnji pogled na poželjnu prirodu, koji se odnosio na poljoprivredne površine, rezultat je čina podele predela na „kontrolisane“ i „divlje“. Kao takvi oni su počeli da se odvajaju jedan od drugog pre oko 10.000 godina i to sa poljoprivrednom revolucijom i prelaskom na ustaljeniji obrazac življenja. Ranije, u društvima lovaca i sakupljača, nije se pravila razlika između divljine i okolnog okruženja, jer su ljudi više bili deo prirode i divljinu nisu shva-

tili kao nešto odvojivo od suštine njihovog postojanja (Holden, 2008).

Zanimljivo viđenje prirode, pejzaža, životne sredine u svojstvu „predmeta“ za uživanje, razonodu i rekreaciju, dali su romantičari na prelazu 18. u 19. vek. U romantizmu, priroda je postala umetničko delo. Bog je, na izvestan način, bio i umetnik. Istovremeno, priroda je postala ideal umetničkog stvaranja. Priroda je za neke umetnike bila pravilo od koga ne bi trebalo odstupati. U drugoj polovini 18. veka razmišljalo se u kojoj meri ona utiče na misaoni i melanholični duh stanovnika Alpa. Isticalo se i to kako je prirodu nemoguće posmatrati tek tako. Neophodno je naučiti kako se ona mora posmatrati. Za svaki prirodni prizor postoji strogo određena, u svakom smislu najbolja, tačka gledišta. Samo je iz te prave tačke bilo moguće dosegnuti svu lepotu nekog prizora. U prirodi zapravo postoji red prizora, koji se opaža jedino ukoliko se posmatra iz najboljeg ugla. Priroda je za romantičare slika koja se stalno menja ili kompozicija koju je narušio samo čovek svojim načelima rastavljanja. Bez čoveka ona bi ostala savršena, kao i njena mešavina boja. Smatralo se da čovek ne razume lepotu prirode, njegov duh je neuvežban, i zato je i ugrožava sa neskladnim objektima. U tome se nalazi i koren lošeg ukusa i zato su umetnici, recimo Vilijam Vordsvort (William Wordsworth), pozivali ljude da se osvrnu na sve ono što od davnina postoji u nekom predelu: „Pravilo je jednostavno; gde god možete, uz uvažavanje sredine radite u duhu prirode (in the Spirit of Nature) i uz neprimetnu pomoć umetničke ruke (invisible hand of art)“ (Ivanjek, 2001).

Pešačenje je bilo omiljena aktivnost romantičara. Tako se svakodnevno putovalo peške. Vordsvort je još kao mladić prepešačio od Engleske do Švajcarske, do Alpa i natrag, što je bilo skoro 2.000 kilometara. Nosio je štap i zavežljaj sa najneophodnijim stvarima. Lista pešačenja viđenijih osoba romantizma pokazuje da je fizička aktivnost, i spremnost konačno, pratila slavu prirode. Omiljeni sport pesnika romantizma je bilo plivanje. Sa ovakvim rekreativnim aktivnostima (pešačenje i plivanje) romantičari su bili ujedinjeni protiv železnice. Oni su branili životnu sredinu od železnice i crnog dima koji je ona prenosila „poput najbučnijeg dimnjaka“ (Ivanjek, 2001).

Zašto je istaknuta delimično duža analiza o Velikom putovanju i pogledu romantičara na prirodu i njihovo okruženje? Savremeni turisti, posebno unutar nekonvencionalnih turističkih sadržaja, traže nova iskustva na svojim putovanjima, slično kao što su nekada to tražili romantičari i putnici Velikog putovanja. Isto tako, pojedini turisti, a posebno ekoturisti, insistiraju na zaštiti životne sredine i podupiru ovakve aktivnosti, kao što su se i romantičari borili protiv njenog narušavanja u svom vremenu. Savremeni turizam, posebno održivi turizam, ekoturizam, turizam malih grupa i turizam koji počiva na zajednicama lokalnog stanovništva, produžetak je putnikovog doživljaja iz vremena Velikog putovanja.

### Tipologije turista i doživljaja životne sredine u turizmu

Empirijska proučavanja turizma takođe podržavaju važnost teze o značaju „netaknute“ sredine za razvoj turizma. Tokom istraživanja stavova nemačkih turista, o karakteristikama destinacije koje joj daju „kvalitet“, pokazalo se da je većina izjava sa najvišim procentualnim udelom povezana sa pitanjima koja su u vezi sa životnom sredinom: kvalitetom pejzaža, opuštajućom atmosferom i čistoćom (Tabela 1).

Spoznaja životne sredine u tesnoj je vezi sa tipologijom turista, jer svaki od tipova ima drugačiji odnos prema okruženju i životnoj sredini. Odnos turista prema životnoj sredini može se delimično naslutiti iz sledeće tipologije, u kojoj prva dva tipa pripadaju tzv. institucionalizovanim turistima, dok druga dva pripadaju neinstitutionalizovanim (nekonvencionalnim) turistima:

- organizovani masovni turista – putuje u velikim grupama, pripada visoko organizovanom turizmu i nema interesovanje za kulturu destinacije;
- individualni masovni turista – uzda se u turoperatore po pitanju organizacije prevoza i smeštaja, uživa u elementima slobode, ali još uvek teži zadržavanju na „utabanim turističkim stazama“;
- istraživač – trudi se da izbegne „utabane turističke staze“, tako što kreira sopstveni turistički aranžman, uči jezik destinacije na kojoj boravi i nastoji da sarađuje sa lo-

**Tabela 1.** Glavne karakteristike dobre turističke destinacije prema stavovima nemačkih turista

Izjava	Procenat turista kojima je to važno
Pejzaž mora biti izvanredan	46%
Atmosfera mora biti opuštajuća	46%
Čistoća se podrazumeva	39%
Osunčanost mora biti velika	38%
Klima mora biti u funkciji zdravlja	32%
Dobra kuhinja	30%
Tišina i slabo zastupljeni saobraćaj	29%
Okolina mora biti tipična za zemlju koja se posećuje	28%
Atraktivna mesta za ekskurzije	26%

Izvor: Holden, 2008, preuzeto od *European Tourism Analysis*, 1993.

kalnim društvom i zadrži neke od njihovih vrednosti i navika u svakodnevnom životu;

- litalica – pokušava da bude deo lokalne zajednice živeći i radeći sa njima, izbegava kontakt sa drugim turistima i turističkom privredom (Cohen, 1972).

Savremeni trendovi turizma su doneli nove tipove turista, a oni se mahom mogu poistovetiti sa Koenovim nekonvencionalnim turi-

stima. Ovom redu po pravilu pripadaju ekoturisti, ali i svi oni koji u prirodi vide primarno interesovanje, jer štite i istražuju prirodu, životnu sredinu i posvećuju pažnju lokalnom stanovništvu. Ovakvi turisti su često visokoobrazovani i članovi su različitih ekoloških pokreta i organizacija za zaštitu životne sredine.

U vezi sa tipologijama turista moguće je dati i pregled različitih vrsta doživljaja životne sredine (Tabela 2). Interakcija pokazuje gradaciju počevši od malog interesovanja za životnu sredinu, do mnogo većeg interesovanja i privrženosti toj sredini. Kao i kod svih drugih tipologija iskustva, granice ni ovde nisu fiksne i nepropusne, već su odraz stavova, koje turista može imati o sredini u kojoj boravi. Ovi stavovi nisu isključivi i moguće je da pojedinac može doživeti više od jednog tipa iskustva prilikom posete nekoj destinaciji.

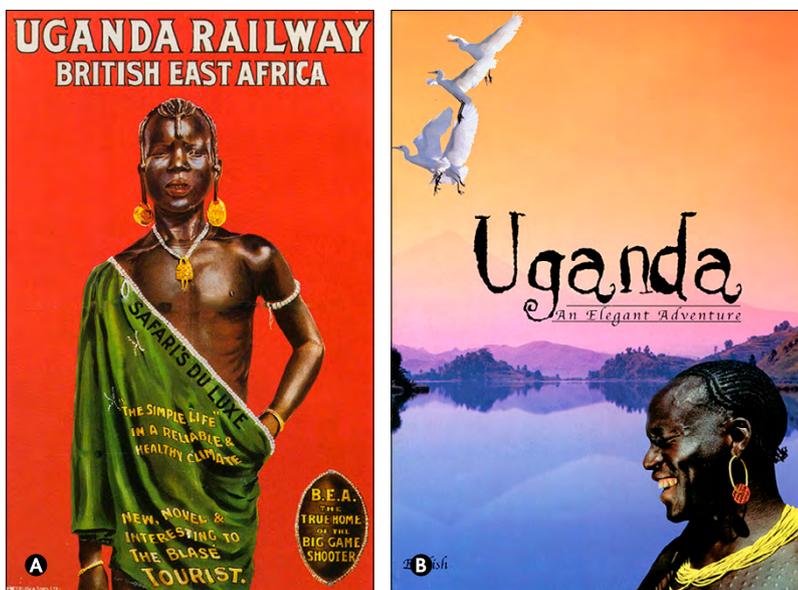
### Promocija životne sredine u turizmu

Spoj promenljivog karaktera stavova o životnoj sredini, interakcija tipologije turista i životne sredine i turističko-preduzetničkih inicijativa, predstavlja veoma plodno tlo za osmišljavanje

**Tabela 2.** Tipovi doživljaja životne sredine unutar turističke destinacije

Tip iskustva	Objašnjenje	Ponašanje i odnos prema životnoj sredini
Životna sredina kao povod za akciju	Životna sredina se primarno doživljava kroz funkciju uživanja, opuštanja i oporavka. Životna sredina, takođe, poseduje karakteristike neophodne za upražnjavanje nekih aktivnosti, na primer, reke omogućuju splavarenje, sneg skijanje, a korali ronjenje. Svrha zadovoljavanja potreba, relaksacije ili osećaja uzbuđenja i senzacije je najvažnija od svih ocena životne sredine.	Nedostatak pažnje prema životnoj sredini i nedostatak interesa za učenje o njenoj prirodnoj i kulturnoj evoluciji. U pojedinim slučajevima nezainteresovanost i nepažnja prema pravilima ponašanja vode prema negativnim posledicama i degradaciji. Primeri uključuju bacanje smeća, degradaciju koralna, uznemiravanje životinja, nepažnju i nepoštovanje lokalnih običaja i kulture.
Životna sredina kao društveni sistem	Sredina se prvobitno posmatra kao mesto susreta sa prijateljima i porodicom.	Fizičko postaje nevažno, pošto su u centru interesovanja društveni odnosi.
Životna sredina kao emocionalna teritorija	Jaka osećanja u vezi sa životnom sredinom, jer obezbeđuje blagostanje. Sredina je značajna kao važan deo turističkog iskustva u smislu ličnog razvoja i može da izazove duboke emocije.	Smisao blagostanja i čuđenje zbog postojanja i drugačije sredine. Turisti sa ovakvim iskustvom mogu biti podstaknuti na slikanje, pisanje poezije ili će jednostavno kroz šetnju i uživanje opažati i doživljavati životnu sredinu turističke destinacije.
Životna sredina kao suštinska vrednost	Povezivanje fizičke i kulturne sredine sa njenom suštinom. Ona prestaje da bude odvojena od pojedinca. Duhovna srž osobe je sada čvrsto locirana u prirodi. Bilo kakvo narušavanje sredine se smatra kao narušavanje sebe samog. Životna sredina destinacije se tumači na egzistencijalan način.	Snažna privrženost pejzažu i kulturi, koja se doživljava kao bolja nego domaće okruženje. Turisti su spremni da usvajaju znanje o kulturnim i prirodnim komponentama životne sredine i ako je neophodno pokušavaju da uče jezik koji im omogućuje komunikaciju sa lokalnim zajednicama.

Izvor: Holden, 2008. na osnovu *Ittleson et al.*, 1976; *Iso-Ahola*, 1980.



▲ Slika 4. Različnost uslova životne sredine emitivne i receptivne regije u turizmu se potencira od samih početaka turističke propagande – A. turistički poster na početku 20. века; B. turistički prospekt na početku 21. века

i plasiranje raznovrsnih slika, opisa i poruka, koje će se pojaviti u turističkoj propagandi. Turistička propaganda je veoma važna za privlačenje turista od 19. veka do danas i kroz vreme je zavisila od tehnologija, koje su se stalno menjale, u rasponu od pojave uloge crteža i fotografije u turizmu 19. veka, pa do potpuno nove uloge u svetu masovne upotrebe interneta, koji ima skoro neograničene mogućnosti. Za sve to vreme jedan detalj u turističkoj propagandi se nije promenio, a to je njen karakter da promovise suštinsku razliku između životne sredine mesta stalnog boravka turista i turističke destinacije u kojoj oni povremeno borave (Slika 4).

Uticaj iz vremena romantizma se snažno odrazio i na poruke koje bi trebalo da privuku turiste u savremenom turizmu, o čemu svedoči i dopadljiv turistički oglas za Azorska ostrva, ispod naslova „Poslednja granica Evrope“: *Postoji mesto gde lepota nije pred izumiranjem. Gde su priroda i čovek našli savršenu harmoniju. Gde je mir neprekinut. Postoji mesto gde još uvek možete gledati kitove kako slobodno plivaju u svom prirodnom staništu. Gde vulkanska toplota omogućava izvrstan i ukusan način kuvanja. I gde se sećanja na Atlantidu još uvek vuku tihim stazama i zimzelenim putevima visoravni* (Holden, 2008).

I brojne druge turističke destinacije, širom sveta, u formi slogana, poruka i opisa pokušavaju da dokažu svoju posebnost na turističkom tržištu. Na primer, turistički radnici Australije u svojim brošurama ističu slogan – *Ništa nije kao Australija*, a kada se pored te poruke, i u prvom planu, nalazi fotografija kengura u divljini ovog izolovanog kontinenta, onda je jasno koliko je taj slogan verodostojan. Turistički radnici Kostarike na flajeru koji promovise ekoturizam ove latinoameričke zemlje u prvi plan stavljaju slogan – *Raznovrsnost 365 dana u godini*. Dizajn flajera više podseća na stranice iz enciklopedija o biljnom i životinjskom svetu, a manje na klasične forme turističke propagande. Menorka na Balearskim ostrvima u Španiji je promovisana, na naslovnoj strani jednog prospekta, samo kroz jednu reč – *Prirodno*. Kreatori turističke propagande ove destinacije pozivaju posetioce da istraže njen veoma raznoliki pejzaž, a na kraju ističu etički kodeks, namenjen turistima s ciljem očuvanja životne sredine. Ovo su tek tri primera trenda koji je u turističkoj propagandi destinacija široko prihvaćen i verovatno da će i u budućnosti biti nastavljen, onako kako se i aktivnosti u sferi zaštite životne sredine budu razvijale.

Poruke u turističkoj propagandi veoma često stavljaju naglasak na nostalgiju u percepciji životne sredine i prirodnog okruženja, u kojoj se predstavlja kako su priroda i čovek u harmoniji (ili simbiozi). Inače, u opisu veza između turizma i životne sredine unutar turističke destinacije moguće je identifikovati tri različita odnosa: (1) konflikt, kada su turizam i životna sredina u sukobu, jer turizam štetno utiče na sredinu u destinaciji; (2) koegzistenciju, kada turizam nema negativnih uticaja na životnu sredinu, ali isto tako ne doprinosi pozitivno u zaštiti životne sredine (ipak, retko da ovo podrazumeva statičnost, jer se neki događaji sporo odvijaju) i (3) simbiozu, kada turizam pozitivno utiče na životnu sredinu i obrnuto, jer su turisti zadovoljni, kao i lokalno stanovništvo, zbog unapređenja ekološkog, društvenog i ekonomskog okruženja (Cooper and Hall, 2008).

Sa narastajućim ekološkim pokretom, u kasnim šezdesetim i ranim sedamdesetim godinama 20. veka, ekologija je, do tada poznata relativno malom broju akademskih i primenjenih biologa, iznenada postavljena u centar pažnje. Pošto je pružila okvir za razumevanje odnosa ljudi prema njihovoj okolini, ekologija je postala uobičajena i opšteprisutna, a kao reč se učestalo pojavljivala u novinama, časopisima i knjigama. Isto tako, ona se terminološki često i zloupotrebljavala. Čak i danas, mnogi mešaju pojam ekologije sa pojmovima životne sredine i zaštite životne sredine. Ekologija nije ni jedno ni drugo. Aktivnost za zaštitu životne sredine je aktivizam s ciljem zaštite životne sredine, posebno kada se izvor negativnih uticaja pronalazi u ljudskim aktivnostima (Smith and Smith, 2015), dok je ekologija nauka sa solidnom tradicijom i izvesnom budućnošću.

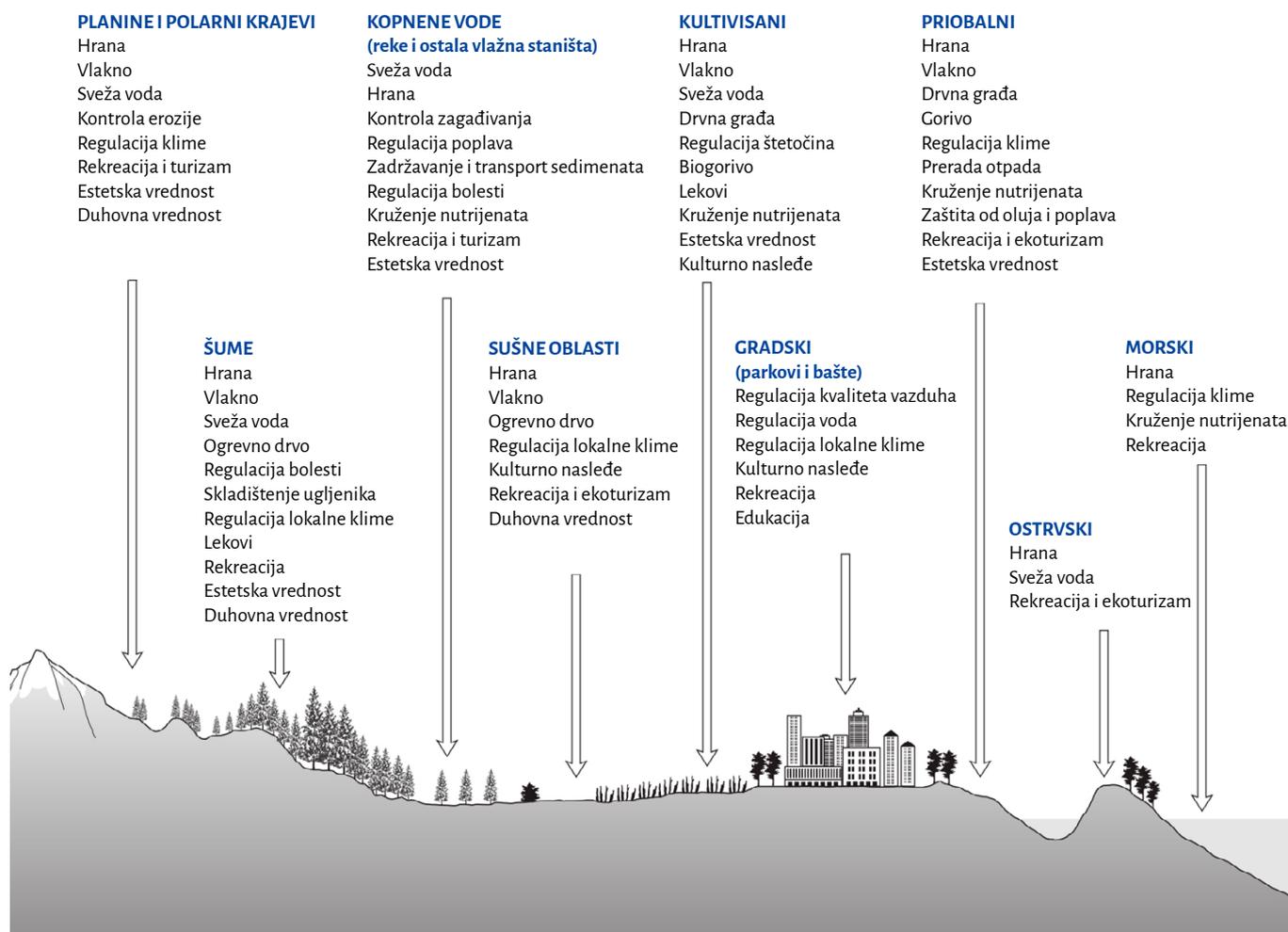
Pojam ekologija, koji potiče od grčkih reči ojkos (dom, stanište) i logos (znanje, učenje, nauka), prvi put je 1866. godine upotrebio Ernst Hekel (Ernst Haeckel) i to samo da bi opisao odnos između životinja i njihovog staništa (Smith and Smith, 2015). Ekologija je danas nauka koja se bavi proučavanjem odnosa organizama i njihovog okruženja, pod kojim se podrazumevaju svi fizički i hemijski uslovi, kao i sve njegove biološke i žive komponente (Krohne, 2016). Ekologija je aktivna i moderna nauka koja nastavlja da daje izuzetne i nove uvide o životnoj sredini i čiji rezultati nikada nisu potpuni i apsolutni. Ona se stalno menja, saglasno sa novim otkrićima i u skladu sa time kako rastući broj stanovnika i tehnološki napredak izazivaju sve veće promene u životnoj sredini. Sa znanjem koje ekolozi pružaju, kroz svoje proučavanje prirode, društvo je u boljoj poziciji da razvija efikasne politike za upravljanje životnom sredinom i u vezi sa korišćenjem zemljišta, upravljanjem vodama, prirodnim katastrofama i javnim zdravljem (Relyea and Ricklefs, 2018).

Ekosistem je vrhovna sinteza u ekologiji, kao zajednica nekog staništa i njegovog živog sveta, jer predstavlja izuzetno složen i dinamičan sistem. Ovaj sistem je zajednica živog sveta i fizičkog okruženja na nekom područ-

ju sa kojim organizmi komuniciraju (Molles, 2016). Ekosistem može biti sastavljen i od jedne zajednice živih organizama, koji su u interakciji sa svojim fizičkim i hemijskim okruženjem, mada je obično reč o složenom sistemu sastavljenom od hiljade različitih vrsta koje žive u velikom broju različitih uslova (Relyea and Ricklefs, 2018). Svi delovi ekosistema su prožeti brojnim i neraskidivim vezama, tako da promene u bilo kom delu tog sistema utiču na promene sistema u celini.

Različiti ekosistemi širom planete, kako netaknuti, tako i oni koji su proizvod intervencije čoveka u prirodi, pružaju brojnom stanovništvu različite usluge. Ovakva interpretacija u ekologiji se odnosi na stav u kome ljudi prirodni svet oko sebe posmatraju kao resurs, na primer, kao izvor hrane, vode za piće, lekova, pa čak i u funkciji rekreacije. Predočena perspektiva je dodatno potkrepljena naučnim ekološkim analizama o tzv. uslugama ekosistema (Krohne, 2016). U ekologiji su usluge ekosistema deo utilitarističkog pogleda na procese u ekosistemima koji omogućavaju stanovništvu korist i uživanje (Gillson, 2015; Begon and Townsend, 2021). Izdvojena grupa od devet globalno prepoznatljivih ekosistema (Slika 5), u koje spadaju planine i polarni krajevi, kopnene vode, kultivisani ekosistemi, priobalni ekosistemi, šume, pustinje, urbani ekosistemi, ostrva i marinski ekosistemi, ističe čak osam u kojima se prepoznaje osnova za upražnjavanje rekreacije i ekoturizma, dok i deveti (kultivisani), kroz svoju estetsku i kulturnu vrednost, isto tako može imati aktivno mesto u turizmu. Sasvim je izvesno da su, bez obzira na ulogu koju imaju u nekom prostoru, ekosistemi veoma bitni za blagostanje ljudi (Townsend, 2008).

Za turizam i za ekologiju podjednako su važni uticaji koje turističke aktivnosti ostvaruju u ekosistemima i staništima. Turistička privreda utiče na ekosisteme i biljni i životinjski svet na dva načina: (1) u izgradnji turističke infrastrukture i (2) kroz upražnjavanje specifičnih aktivnosti u različitim oblicima turističkih kretanja (Müller, 2004). Problem je i u karakteru turizma kao generatora rasta, koji će zatim uticati na razne aspekte okruženja, uključujući tu i ekosisteme, prirodu, biljni i životinjski svet (Prilog 2).



▲ **Slika 5.** Ekosistemске usluge u nizu prirodnih i čovekovim radom stvorenih ekosistema.

Izvor: Townsend, 2008; preuzeto od Millennium Ecosystem Assessment, 2005b.

Brojni i karakteristični ekosistemi su na razne načine pogođeni razvojem rekreacije i turizma, a da su okolnosti ponekada kompleksnije od obične analize uticaja potvrđuju i studije o sukobima različitih ekonomskih interesa, na primer, između delatnosti turizma i stočarstva, i to u planinskim krajevima širom sveta (Molles, 2016). Obale mora i okeana su od najranijih dana imale svoju važnu ekosistemsku uslugu u razvoju čoveka kao vrste (npr. hrana iz mora), a danas se ona ogleda i u mogućnostima za odvijanje rekreacije i turizma (Bowman et al., 2017). Najzad, ekologija nije zainteresovana samo za izvorne ekosisteme, već i za one koje su stvorili ljudi, npr. u gradskim i prigradskim područjima, na poljoprivrednim površinama i u rekreativnim područjima, jer su i svi oni, isto tako, ekološki sistemi (Relyea and Ricklefs, 2018).

Kako bi odnos između turizma i ekosistema bio harmoničan neophodno je i prisustvo

ekološke svesti, pod kojom se podrazumeva spoznaja prirodne osnove života ljudi i koja je danas ugrožena delovanjem tih istih ljudi. Ekološka svest mora pokazati i izvesnu spremnost da otkloni opasnost od degradacije. Ona je povezana sa doživljajem prirode, ekološkim znanjem, ekološkim sistemom vrednosti i adekvatnim ponašanjem u odnosu prema životnoj sredini (Müller, 2004). Turizam je delatnost sa edukativnim potencijalom, pa shodno tome može da pomogne u razvijanju ekološke svesti i u propagiranju zaštite ekosistema i prirode, a posebno u naletu masovnog turizma.

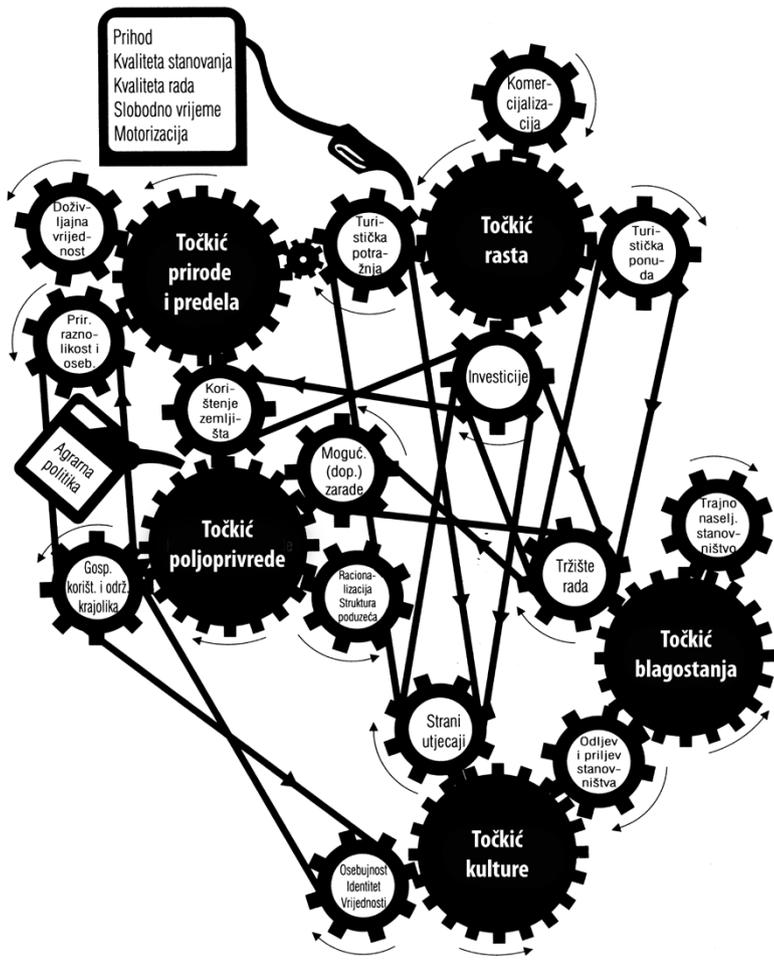
Konačno mišljenje o prekomernom korišćenju ekosistema u turističke svrhe mogla bi da pruži tzv. dubinska ekologija. Naime, postoje mišljenja da se vrednost npr. biodiverziteta ne može posmatrati isključivo kroz analizu čovekovih potreba. Kao takva, ova mišljenja su prisutna u ideji dubinske ekologije, koja ot-

## Prilog 2. Priroda, ekosistemi, biljni i životinjski svet u prikazu turizma kao generatora rasta

Turizam se šematski može predstaviti i kao jednostavan dinamički model rasta „turizam – generator rasta“, koji polazi od toga da se ne radi o uzajamnim odnosima dva ili više faktora, u smislu „ovde uzrok – tamo posledica“, već da su u igri razni faktori koji zadiru jedan u drugi i pod uzajamnim su uticajem. Ukoliko se uporedi sa velikom mašinom, turizam kreće sa malim brojem obrtaja, pokreće ostale delove koji svoju snagu dalje prenose na druge delove. Sistem se pokreće pomoću spoljašnjih sila, ali razvija sopstvenu dinamiku.

### Faktori turističkog buma:

Ovi faktori deluju kao spoljašnje sile inicirane porastom blagostanja u vidu višeg standarda, povećanja slobodnog vremena, kvaliteta stanovanja, novog životnog stila i naglom motorizacijom. Reč je o društvenoj normi i kulturnom identitetu.



### Točkić rasta:

Turistička tražnja pokreće točkić rasta. On se od-vija u vidu spiralnog procesa, koji karakteriše pre-vladavanje novih i novih uskih grla. Proces se može prikazati i na sledeći način: porast tražnje → uska grla kapaciteta infrastrukture ili turistič-kih naselja → proširenje uz ugradnju dovoljne re-zerve → mere za podsticanje prodaje u svrhu bo-lje iskorišćenosti kapaciteta → porast potražnje, podsticaj razvoja → nova uska grla kao prag raz-voja → itd. Time turistička privreda podstiče tur-istički rast.

### Točkić blagostanja:

Rast turističke privrede lokalno i regionalno stva-ra nova radna mesta, a time i dohodak. U tome in-direktno učestvuju i mnoge privredne grane.

### Točkić poljoprivrede:

Mogućnosti zarade u turizmu i sa time povezani prihodi povećavaju blagostanje seoskog stanov-ništva. Turizam pomaže poljoprivredu i pomaže diverzifikaciju predela.

### Točkić prirode i predela:

Turizam ima neposredni uticaj na prirodu i (pri-rodni ili kulturni) predeo, koji se očituje, pre sve-ga, u загаđivanju ili degradaciji, jer turizam če-sto znači trošenje predela. Na to utiče izgradnja infrastrukture, transportnih uređaja, stanova za odmor, hotela i slično. Turizam može negativno uticati i na vazduh, vodu, biljke, životinje i ekosi-teme. Ukoliko negativni uticaji postanu prena-glašeni predeo gubi svoju vrednost kao mesto prikladno za odmor, a turisti se okreću ka novim destinacijama.

▲ Slika 6. Turizam kao generator rasta  
Izvor: Müller, 2004.

### Točkić kulture:

Gotovo svi točkići imaju neki svoj uticaj na kulturu: turisti sa svojim zahtevima i načinom ponašanja, prodato zemljište, rast cena zemljišta, povećani broj doseljenika, uvezena radna snaga. Kao konačna posledica može se pojaviti gubitak identiteta lokalne zajednice (Müller, 2004).

Iz ugla brige o ekološkim načelima veoma je važno saznanje o umreženom mišljenju, koje posma-tra turizam kao složeni sistem u kome priroda i predeo predstavljaju jedan od fundamentalnih fakto-ra. Samo na takav način se može sagledati celokupna složenost uticaja turizma na životnu sredinu, koja je kompleksna, a tiče se njenih prirodnih i stvorenih (kulturnih) vrednosti.

počinje premisom da sve vrste imaju vrednost za sebe i da ljudi nemaju pravo da redukuju bogatstvo ekosistema. Pošto brojne čovekove aktivnosti uništavaju biodiverzitet i ekosisteme, postojeće političke, ekonomske, tehnološke i ideološke strukture se moraju menjati. Dubinska ekologija poziva istraživače, naučnike i zabrinute pojedince da pobegnu od svojih loših navika i da postupaju i žive kako priroda nalaže (Primack, 1993). To je jedan od načina da se sačuva biodiverzitet, a on bi trebalo da polazi od etičkih principa i odgovornosti. Svaka vrsta ima sopstvenu vrednost i pravo na opstanak, bez obzira na to kakvu korist od toga mogu imati ljudi. Ovakve tendencije u stavovima dubinske ekologije su već uveliko prisutne i

dobro se mogu uočiti u svakodnevnom životu pojedinih delova sveta. Jedan od primera dolazi iz Stenovitih planina u SAD. Dugi niz godina na jednom znaku je pisalo: *Molimo, ostavite cveće i drugima na uživanje. S vremenom natpis je zamenjen novim: Pustite cveće da živi* (Rolston, 1987).

Neophodnost promene navika i očuvanja ekosistema i biodiverziteta vidi se i u metafori da su sve žive vrste sudbinski vezane za brod zvani Zemlja, koji ih zajedno sa ljudima vodi na putovanje kroz vreme. Brod se još uvek dobro drži, jer je kvalitetno sagrađen. Ipak, kada dosta vrsta oslabi i nestane, brod će se raspasti, a sa njime će nestati i čovek (Enrlich and Enrlich, 1981).

## BIODIVERZITET I TURIZAM

Biodiverzitet ili biološki diverzitet (bios – život i diverzitet – raznovrsnost, različitost) označava biološku raznovrsnost, jednostavnije rečeno, raznovrsnost biljnih i životinjskih vrsta. Termin je kao takav prihvaćen u celom svetu i lingvistički je lako razumljiv.

Interes za proučavanje biodiverziteta u savremenom društvu raste, mađa se njegovom suštinom bavio i praistorijski čovek. Bez poznavanja biodiverziteta čovek ne bi mogao da opstane. Biodiverzitet je istovremeno i veoma složen, pa se njegovim izučavanjem bave brojne nauke i naučne discipline. Obično se smatra da je suština biodiverziteta u florističkoj i faunističkoj raznovrsnosti, što je samo delimično tačno, jer biodiverzitet počiva na različitosti životnih formi. Tako se može govoriti o fitodiverzitetu; zoodiverzitetu; ekosistemskom diverzitetu, koji obuhvata raznovrsnost životnih staništa i biocenoza, kao i ekoloških procesa što ih povezuju; genetičkom biodiverzitetu, pod kojim se podrazumeva ukupan broj i raznovrsnost gena, odnosno, genetičkih informacija realizovanih u pojedinačnim vrstama svih tipova organizama na Zemlji; antropogenom biodiverzitetu, koji je specifično vezan i neverovatno obogaćen u ljudskom rodu, a ogleda se u ljudskoj civilizaciji i kulturi, načinu života, ponašanju, specijalnom prilagođavanju sredini i slično (Stevanović, 2003).

Čovek zavisi od biodiverziteta, jer je on veoma važan za opstanak ljudi, ekonomsko blagostanje i iznad svega za ekosistemске funkcije i stabilnost u životnoj sredini. Biodiverzitet obezbeđuje zadovoljavanje elementarnih potreba ljudi za čistim vazduhom, vodom, medicinskim preparatima i staništem. Hrana koju ljudi koriste direktno dolazi od biodiverziteta. Više od 90% kalorija koje stanovništvo konzumira potiče samo od osamdeset biljnih vrsta. Voće, gljive, med, kao i brojna druga hrana produkt su prirodnih ekosistema i biodiverziteta. Prema nekim procenama čak oko 80% ljudi koristi biljke kao primarni resurs u proizvodnji medicinskih preparata. Blizu 30% svih farmaceutskih proizvoda na tržištu dobijeno je iz biljnih i životinjskih resursa (Alonso, 2001). Nije manje važno ni to da su priroda i biodiverzitet izvor inspiracije, relaksacije, podmlađivanja, lepote i mira. Neke od ovih funkcija podstakle su proučavanja biodiverziteta i u kontekstu turističkih potreba i turizma (Lévêque and Mounolou, 2003), gde se uočavaju brojne interakcije (Tabela 3).

Značaj biodiverziteta za razvoj turizma se prepoznaje u raznim oblastima ove delatnosti (npr. biodiverzitet kao inspiracija i turistička atrakcija, značaj biodiverziteta u hotelima, degradacija usled razvoja saobraćaja i infrastrukture), jer su biljni i životinjski svet važan turi-

**Tabela 3.** Interakcija turizma i glavnih strategija zaštite biodiverziteta

Strategija	Element	Uloga turizma
In situ zaštita	Osnivanje mreže zaštićenih područja, sa odgovarajućim načinom upravljanja i koridorima koji povezuju fragmente; obnavljanje degradiranih staništa u zaštićenim područjima i van njih.	Turizam je ekonomski važan za zaštićena područja, koja dobijaju ulogu turističke atrakcije; volonterski turizam može takođe pomoći u upravljanju zaštićenim područjem. Turizam je značajan za širenje ekološke edukacije.
Ex situ zaštita	Osnivanje botaničkih bašta i zooloških vrtova; banke germplazme; polen; seme; sadnice; kulture tkiva; gen i DNK.	Botaničke bašte i zoološki vrtovi su značajne turističke atrakcije; volonterski turizam je takođe važan; značajne edukativne turističke funkcije.
Smanjenje antropogenog pritiska	Smanjenje antropogenog pritiska na prirodne populacije kroz promenu čovekovih aktivnosti i ponašanja. Može da uključi i kultivaciju vrsta drugde.	Populacije mogu imati ulogu turističke atrakcije; neke vrste, koje mogu biti održivo sakupljane, mogu takođe biti korišćene za lov ili ribolov.
Smanjenje biotičkog pritiska	Uklanjanje ili redukcija invazivnih egzotičnih vrsta i štetočina koje mogu biti u konkurenciji sa izvornim vrstama.	Obezbeđenje dobre biozaštitne prakse; interpretacija programa koji podržavaju iskorenjivanje invazivnih vrsta i štetočina.
Rehabilitacija	Identifikacija i rehabilitacija ugroženih vrsta; pokretanje programa reintrodukcije ili introdukcije.	Vrste mogu postati turističke atrakcije; volonteri su takođe važni u menadžmentu.

Izvor: Hall, Lew, 2009.

stički resurs, podjednako značajan za masovne i alternativne oblike turizma (Tourism and Biodiversity – Achieving Common Goals Towards Sustainability, 2010). Biljni i životinjski svet omogućuju estetske attribute u brojnim turističkim destinacijama i zahvaljujući čemu su one privlačnije. Na primer, već i paušalna analiza rasprostiranja tzv. vrućih tačaka biodiverziteta, pod kojima se podrazumevaju područja sa posebno visokim koncentracijama biljnog

i životinjskog sveta (Lévêque and Mounolou, 2003; Begon and Townsend, 2021), otkriva da se područja tih vrućih tačaka biodiverziteta i globalno najvažnijih turističkih destinacija Mediterana, Kariba i Jugoistočne Azije, međusobno preklapaju. I van ovih velikih turističkih regija potvrđuje se obrazac podudaranja područja vrućih tačaka biodiverziteta i važnih turističkih destinacija (npr. brojna tropska ostrva). Vredno je spomenuti i da neki oblici turizma direktno zavise od biodiverziteta, i da nije tako poseban i raznovrstan ne bi bilo moguće ni razvijanje turističke ponude. Ekoturizam u svojim interpretacijama i u turističkoj ponudi otvoreno i direktno zavisi od biodiverziteta. Jedan od ključnih ciljeva ovog oblika turizma je podsticanje održivosti u sferi zaštite biodiverziteta (Wearing and Schweinsberg, 2019). Isto tako, turizam ima moć edukacije turista o raznim ekološkim problemima, degradaciji biodiverziteta, kao i o vrstama koje su izumrle kao rezultat predatorskog odnosa čoveka prema životnoj sredini i što bi, najzad, trebalo da ostavi poseban emotivan trag kod posetilaca (Slika 7).

Ključni problem biodiverziteta je obim njegove erozije, inače veći za 1.000 do 10.000 puta u poređenju sa izumiranjem u prošlosti (Hall, 2006). Glavni faktori nestanka biodiverziteta su zagađivanje vazduha (klimatske prome-



▲ **Slika 7.** Skulptura velike njorke (*Pinguinus impennis*) u regiji Rejkjanes na Islandu je deo umetničke instalacije „Projekat izgubljene ptice“, kojim se oživljava sećanje na istrebljene vrste

Foto: V. Stojanović

ne), vode i zemljišta; prekomerno sakupljanje prirodnih resursa; introdukcija stranih i invazivnih vrsta; izmene fizičkog svojstva životne sredine (npr. izmene globalnog biohemijskog ciklusa); gubitak i fragmentacija staništa usled korišćenja resursa i remećenje strukture staništa. Turizam je na svojevrsan način uključen u svaki od štetnih uticaja, ali sa druge strane može biti i deo rešenja za očuvanje biodiverziteta. U mnogim zemljama i regijama u turizmu je sadržana glavna ekonomska funkcija zaštićenih područja (npr. nacionalnih parkova) i što je još važnije, ova privredna delatnost može biti alternativa drugim delatnostima sa pogubnim uticajem po prirodu i biodiverzitet (Hall and Lew, 2009).

U literaturi o ekologiji i turizmu, uticaji turizma na biodiverzitet se razvrstavaju u dve osnovne grupe: (1) uticaji koji potiču od turističke infrastrukture i (2) uticaji koji potiču od specifičnih turističkih aktivnosti (Müller, 2004).

Turistička infrastruktura obuhvata: (1) specijalna prevozna sredstva za turiste, u koja spadaju i žičare za skijaše koje se podižu uglavnom u ekološki osetljivim područjima i iznad 1.500 metara nadmorske visine (npr. prisutno je ometanje životinja zbog skijaša, planinara, paraglajdera); (2) skijaške staze i njihovo održavanje (npr. zaravnjivanje terena koje ometa biljni svet, mehanička priprema staza pri čemu se zbija sneg i što dovodi do težeg otapanja u proleće i kraćeg vegetacionog perioda, povećana količina vode u proleće uništava staništa kroz promene kvaliteta zemljišta – livade na osiromašenim staništima pretvaraju se u livade na zemljištima sa bogatim hranljivim materijama, pa se vrste kojima pogoduje vlažnost i hranljivost zemljišta šire na račun onih koje podnose sušu i zemljište siromašno hranljivim materijama, održavanje staza i zasipanje veštačkim snegom dovodi do ometanja planinske divljači i to posebno noću); (3) luke sa pripadajućim objektima (npr. izgradnja samih objekata luke ili marine, što vidno oštećuje ekosisteme, a zatim motorno ulje i fekalije imaju svoj učinak); (4) zabavni parkovi, zelene površine i sportski tereni (npr. uvođenje novih i invazivnih biljnih vrsta koje potiskuju stare, potrošnja velike količine vode izaziva salinizaciju zemljišta – promene u staništima, korišćenje pesti-

da i veštačkih đubriva menja izvorna staništa) (Müller, 2004).

Uticaji specifičnih turističkih aktivnosti posebno se odnose na: (1) skijanje (npr. ova aktivnost utiče na mehanička oštećenja biljnog sveta); (2) vodene sportove (npr. kupanje i plivačke aktivnosti mogu zagađivati vodu uljima za sunčanje i unosom hranljivih materija, upražnjavanje motorizovanih sportova na vodi i ronjenje mogu izazvati buku, oštećenje priobalne i podvodne vegetacije usled udara talasa, povređivanje životinja radom propelera, trovanje biljaka i životinja ispuštanjem benzina i ulja, desetkovanje ribljih vrsta usled ribolova, premeštanje staništa kroz hranjenje i dodirivanje riba, potiskivanje biljnih vrsta u procesu unosa hranljivih materija smećem); (3) paraglajding (npr. ova aktivnost je aktuelna u onim područjima koja su kopnenim putem nepristupačna ili teško pristupačna, pa tako najviše strada divljač koja reaguje sa udaljenosti od 500 do 800 metara, a zatim se odvija gubitak važnog dela životnog prostora za brojne životinje, slabljenje kondicije kod životinja usled nadletanja, povećavanje koncentracije pojedinih vrsta divljači zbog čega može stradati i šuma); (4) trendovski sportovi poput planinskog biciklizma, bandži džampinga, klajmbinga, raftinga i speleoloških aktivnosti (npr. uticaj iz ove grupe posebno opisuje studija slučaja iz jedne doline u gornjem toku Dunava, gde su istraživanja pokazala da u područjima gde nema planinarskih aktivnosti u pukotinama stena rastu 22 vrste biljaka, a u delu pristupačnom posetiocima preostale su još svega tri vrste) (Müller, 2004).

Samo u 21. veku u više navrata je insistirano na zaštiti biodiverziteta kroz razvoj turizma i to od strane značajnih međunarodnih i nacionalnih institucija. Svetska turistička organizacija (WTO) je shodno značaju biodiverziteta, posebno u osetljivim ekosistemima, pokrenula projekat primene Konvencije o biodiverzitetu na Tajlandu i u Indoneziji. Projekat je imao za cilj osnaživanje turističke delatnosti i revitalizaciju biodiverziteta nakon razornih cunami-ja 2004. i 2006. godine. Projektni zadaci i ciljevi su realizovani u zaštićenim područjima dve zemlje. Važnost povezanosti turizma i biodiverziteta na Tajlandu i u Indoneziji prepoznalo je i nemačko Savezno ministarstvo za životnu

sredinu, zaštitu prirode i nuklearnu bezbednost, pa je učestvovalo u projektu (Linking tourism and biodiversity, 2009).

Očigledan dokaz uzajamnih veza turizma i biodiverziteta potvrđuje dokument – *Međunarodne smernice za aktivnosti u vezi sa održivim razvojem turizma u osetljivim kopnenim, morskim i priobalnim ekosistemima i staništima od bitnog*

*značaja za biološku raznovrsnost i zaštićene oblasti, uključujući i osetljive obalske i planinske ekosisteme*, usvojen u Santo Domingu 2001. godine (Prilog 3). Smernice su proklamovane pod okriljem Konvencije o biodiverzitetu. Ceo projekat je sadržan u ideji da se obezbedi razvoj i upravljanje turizmom na način koji je u saglasnosti i koji podržava ciljeve Konvenci-

### Prilog 3. Upravljanje biodiverzitetom kroz razvoj turizma prema smernicama iz Santo Dominga

Proces upravljanja održivim turizmom i biodiverzitetom sastoji se iz sledećih koraka:

1. Osnovne informacije i ocena – U ovom koraku se prikupljaju podaci za procenu uticaja turizma i donošenje odluka. Informacije sadrže najrazličitije detalje o aktuelnim ekonomskim, društvenim i ekološkim uslovima, strukturi i trendovima u turizmu, resursima životne sredine i biodiverziteta, kulturno osetljivim oblastima, koristima i troškovima za lokalnu zajednicu, štetnim uticajima turizma, nacionalnim strategijama biodiverziteta i planovima održivog razvoja.
2. Vizije i ciljevi održivog turizma – Usvajaju se u skladu sa glavnim ciljevima i zadacima Konvencije o biološkom diverzitetu, u odnosu na očuvanje biodiverziteta i odgovorno korišćenje, a važni su i za efikasno upravljanje turizmom. Vizije i ciljevi uzimaju u obzir nacionalne i regionalne planove održivog turizma, a insistiraju i na minimalizaciji negativnih uticaja.
3. Zadaci – Konkretni zadaci mogu biti zasnovani na izvršenju određenog posla (npr. restauracija pet kilometara obalnog ekosistema koji je bio oštećen razvojem turizma) ili na razvijanju određenih postupaka (npr. uspostavljanje operativnog sistema upravljanja). Ovaj korak, kao i ostali, mora uključiti zajednice lokalnog stanovništva.
4. Ocena za zakonske regulative i kontrola mera – Polazi od principa da su zakonska regulativa i odgovarajući mehanizmi i instrumenti regulative, kao što su planiranje korišćenja zemljišta, ocena životne sredine, propisi u vezi sa izgradnjom i ekološki i kulturno održivim standardima u turizmu, od suštinskog značaja za efikasno sprovođenje svih opštih vizija, ciljeva i zadataka.
5. Procena uticaja – Uključuje procenu pozitivnih i negativnih ekoloških, društvenih, kulturnih i ekonomskih efekata predloženog razvoja. Sveobuhvatne procene uticaja su važne za svaki razvoj turizma i za sve turističke aktivnosti. Uticaji turizma u razmatranjima obuhvataju sve one uticaje na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou. Od predlagača razvoja turizma i turističkih aktivnosti se zahteva da označe potencijalne uticaje svojih predloga.
6. Upravljanje uticajima – Turizmom bi trebalo da se upravlja u okviru nosećeg kapaciteta i nivoa prihvatljivih promena ekosistema i lokaliteta. U ekološki osetljivim oblastima turizam bi trebalo da bude ograničen, a gde je to neophodno i sprečen. Upravljanje uticajima, ukoliko su u pitanju

prekogrančni ekosistemi i migratorne vrste, zahteva međunarodnu saradnju. Kod procena se koriste kvalitativni i kvantitativni kriterijumi.

7. Donošenje odluka – Zavisí od: (1) nacionalne strategije i planova za turizam i biodiverzitet; (2) predloga za razvoj turizma i turističkih aktivnosti u određenim lokacijama u odnosu na biodiverzitet; (3) adekvatnosti mera upravljanja uticajima u odnosu na očekivane uticaje. Proces donošenja odluka bi trebalo da bude transparentan. Donošenje odluka bi moralo da uključi saglasnost lokalnih zajednica na osnovu prethodno obavljenog informisanja.
8. Sprovođenje – Sledi nakon odluke da se odobri određeni predlog, strategija ili plan. Sve revizije i promene na projektu, uključujući dodavanje i izmene aktivnosti, moraju odobriti ovlašćeni organi.
9. Nadgledanje i nadzor – Uključuju sledeća nadgledanja: (1) primene odobrenog razvoja turizma ili turističkih aktivnosti, ispunjavanje svih uslova koji su deo datog odobrenja i preduzimanje odgovarajućih akcija u slučajevima neispunjavanja; (2) uticaja turističkih aktivnosti na biodiverzitet i ekosisteme i preduzimanje odgovarajućih preventivnih aktivnosti, ukoliko je potrebno; (3) uticaja turizma na zajednice lokalnog stanovništva; (4) ukupnih turističkih aktivnosti i trendova u svim oblastima, uključujući napredak ka održivom turizmu.
10. Prilagodljivo upravljanje – Podrazumeva sposobnost odgovora na sve eventualne neizvesnosti. To je vid upravljanja koje uključuje tzv. učenje kroz delovanje. Procesi u ekosistemima su kompleksni i promenljivi, a posebno u interakcijama sa društvenom nadogradnjom. Prilagodljivo upravljanje bi trebalo da uzme u obzir princip opreznosti. Negativni uticaji na biodiverzitet mogu zahtevati brzo smanjenje broja posetilaca. Turisti se mogu preusmeravati u manje osetljive oblasti. Ovdje je važan kontakt između menadžera turizma i menadžera koji upravljaju biodiverzitetom.

Smernice za bolji odnos između turizma i biodiverziteta će imati puni smisao ako vlada i učesnici turističkog procesa budu imali sposobnost efikasne primene svih usvojenih načela. Aktivnosti u izgradnji tog procesa treba da uključuje jačanje ljudskih resursa i institucionalnih sposobnosti, transfer znanja, razvoj odgovarajućih institucija i obučavanje zainteresovanih u vezi sa pitanjima biodiverziteta i održivog turizma (Guidelines on Biodiversity and Tourism Development, 2004).

je o biološkom diverzitetu u odnosu na očuvanje biološke raznovrsnosti i održivo korišćenje njenih komponenti. To podrazumeva ekosistemski pristup i održivo korišćenje bioloških resursa (Guidelines on Biodiversity and Tourism Development, 2004). Međunarodno udruženje za zaštitu (Conservation International – CI) i Udruženje za zaštitu (The Nature Conservancy – TNC) pokrenule su, kao istaknute međunarodne organizacije, vlastite programe za razvoj ekoturizma. Ovi programi se baziraju na zaštiti biodiverziteta (Weaver, 2006).

U budućnosti bi trebalo dodatno raditi na podsticanju pozitivnih efekata turizma na biljni i životinjski svet i to konkretnim akcijama zaštite prirode, promocije i prezentacije biljnog i životinjskog sveta (npr. ohrabrivanje novih i neafirmisanih destinacija, interpretacije prirodnih vrednosti, objavljivanje brošura o malo poznatim vrednostima, markiranje novih edukativnih staza). Zaštita biodiverziteta kroz razvoj turizma otvoreno se prepoznaje i u proglašavanju novih zaštićenih područja, nacionalnih parkova i rezervata, što je od podjednako značaja za očuvanje biodiverziteta i razvoj turizma.

## ULOGA I ODGOVOR TURISTIČKE PRIVREDE NA ZAGAĐIVANJE ŽIVOTNE SREDINE

Za savremeni i posebno masovni turizam karakteristični su gotovo isti procesi i prakse kao i za industrijsku masovnu proizvodnju (tzv. fordizam), gde turoperatoru sastavljaju standardizovane turističke aranžmane, koje će milioni konzumirati. Turistički aranžmani podrazumevaju organizaciju, pre svega, prevoza i smeštaja, i gde u postupku korišćenja ovih usluga dolazi do najvećih zagađivanja životne sredine unutar turističkog sektora.

Ugostiteljstvo je, sa hotelskom privredom, otpočelo sa primenom mera održivog turizma još u ranim devedesetim godinama 20. veka, a sve u cilju smanjivanja uticaja na životnu sredinu. Zbog toga se hoteli smatraju pionirima primene mera za zaštitu životne sredine i održivog turizma (Weaver, 2006). Sa objavljivanjem Agende 21 za turističku privredu, pojedinačna preduzeća i ugostiteljski sektor su ohrabreni da usvoje etičke kodekse, što je u prethodnom periodu uticalo na promociju oblika održivih putovanja i najboljih praksi u turizmu. Zatim su postepeno uspostavljene dobrovoljne aktivnosti sa ciljem zaštite životne sredine, nakon čega je usledilo uvođenje ekološke sertifikacije (Sloan et al., 2009). Na primer, hoteli iz lanca Interkontinental (Intercontinental) su već tada štampali vodiče o kontroli otpada, kvalitetu vazduha i uštedi energije. Mnogi hoteli unutar lanca Ramada su proširili ili započeli programe za reciklažu čvrstog otpada, u koji spadaju: aluminijum, hartija, staklo, lomljeni porcelan i plastika. Hoteli u sastavu istog lanca na pro-

storu Australije su podizani tako da, u priprema za izgradnju, nije posećeno ni jedno stablo, što je na poseban način potvrdilo brigu o životnoj sredini. Hoteli iz lanca Hajat (Hayatt) su izrazito bili posvećeni reciklaži i sortiranju otpada, a to je kompaniji donelo uštedu izraženo u milionima dolara. Šeraton je u istom periodu imao nekoliko programa za zaštitu životne sredine, ali je najviše pažnje privukao onaj koji je bio posvećen zaštiti životinja. Njihov tzv. Zeleni program je pozivao sve goste Šeratonovih hotela u Africi i na ostrvima Indijskog okeana da dodaju dolar na svoj konačni račun. Nakon toga su novac preobraćali u lokalnu valutu i ulagali ga u projekte koje je podržalo i Svetsko društvo za zaštitu životinja (World Society for the Protection of Animals – WSPA) (McIntosh et al., 1995).

Hoteli imaju potencijal, mogu i treba da smanje svoj uticaj na životnu sredinu (Prilog 4), jer se ubrajaju među najveće zagađivače životne sredine i potrošače resursa u uslužnom sektoru. Veliki hotelski lanci poseduju značajan potencijal za smanjenje uticaja na životnu sredinu, između ostalog i zato što raspolažu finansijskim kapacitetom da ulažu u nove tehnologije. Hotelski lanci, takođe, imaju priliku da uvedu ekološke politike na korporativnom strateškom nivou i na taj način u velikim razmerama smanje uticaj na životnu sredinu. U dosadašnjim aktivnostima, najveći doprinos hotela u zaštiti životne sredine je ostvaren u oblastima: uštede energije, potrošnje vode,

zelene potrošnje i minimalizovanja otpada (Sloan et al., 2009). Na primer, značajan doprinos u pomenutim oblastima je ostvario dobro poznati hotel Raflets (Rufflets) u Škotskoj. U oblasti uštede energije ovaj hotel je uveo: termostate za individualnu regulaciju temperature u svim hotelskim prostorijama, duplirano staklo u sobama koje podstiče energetska učinkovitost, lampe i sijalice koje štede energiju, senzore pokreta sa tajmerom kod rasvete u javnim prostorijama. Aktivnosti za uštedu vode u hotelu Raflets uključuju korišćenje: regulatora protoka vode, učinkovitijih instalacija koje se ugrađuju prilikom renoviranja i sistema za prikupljanje kišnice u hotelskom vrtu. Zatim, Raflets razvija program reciklaže stakla, papira, kartona i plastike, upravlja prirodnim šumskim područjem u kome su stanište pronašle mnoge životinjske vrste i ima razvijenu aktivnost smanjenja emisije CO<sub>2</sub> (www.rufflets.co.uk). Hotel Raflets nije deo velikog hotelskog lanca, već demonstrira primer kako i hoteli male i srednje veličine mogu biti važan deo globalnih aktivnosti u očuvanju životne sredine.

Kao odgovor na izazove koji stoje pred čovečanstvom zbog klimatskih promena i globalnog otopljanja, Svetska turistička organizacija je pokrenula projekat „Rešenja za energiju hotela“ (Hotel Energy Solutions). Projekat omogućuje obuku, informisanje i tehničku podršku kako bi se pomoglo malim i hotelima srednje veličine u 27 država, članica Evropske unije, u cilju postizanja energetske efikasnosti i korišćenja obnovljivih izvora energije. To bi trebalo da omogući smanjenje operativnih troškova, uvođenje standarda poslovanja po načelima održivog turizma i smanjenje uticaja turističke privrede na klimatske promene. Aktivnosti su raspoređene unutar tri oblasti:

- osmišljavanje načina i sredstava koja pomažu planiranje i investiranje u energetska efikasnost i razvijaju tehnologiju obnovljivih izvora energije;
- ispitivanje efikasnosti preduzetih mera;
- promocija svih mera u cilju uspostavljanja energetske efikasnosti.

Skoro polovina od ukupnog broja hotela u svetu se nalazi u Evropi, a najveći broj je male ili srednje veličine. Trenutno korišće-

nje potencijala za energetska efikasnost i korišćenje obnovljivih izvora energije je daleko ispod mogućnosti. Smatra se da redukcija emisije štetnih gasova i unapređenje energetska tehnologija može da unapredi konkurentnost i održivi razvoj hotelijerske delatnosti. Projekat „Rešenja za energiju hotela“ ima za cilj da postigne porast energetska efikasnosti za 20% i porast korišćenja obnovljivih izvora energije za 10%. Zbog složenih ciljeva uključuje više relevantnih međunarodnih institucija iz oblasti zaštite životne sredine i turizma, pod rukovodstvom Svetske turističke organizacije. Ukoliko se uzme u obzir da hotelijersko poslovanje predstavlja jedan od najbrže narastajućih segmenata turističke privrede i da se unutar istog emituje 21% CO<sub>2</sub>, onda je jasno zašto je toliko neophodno realizovati postavljene ciljeve. Korist bi u tom slučaju bila višestruka za hotele, turističke destinacije i dobavljače novih tehnologija (Hotel Energy Solution – fact sheet, 2011).

U prethodnom periodu hotelski i ugostiteljski sektor turizma je uradio mnogo na razvijanju mera za sprečavanje zagađivanja životne sredine, u čemu su značajno pomogle institucije i organizacije od globalnog ili regionalnog značaja u raznim delovima sveta. U budućnosti će biti potrebno ulagati i dodatne napore kako bi se izašlo na kraj sa novim izazovima, čija nepredvidivost je najbolje pokazala i pandemija COVID-19 u 2020. godini. Suprotstavljanje negativnim uticajima na životnu sredinu je, kako se već pokazalo, složen proces koji zahteva posvećenost vlasnika ugostiteljskih objekata, menadžmenta i zaposlenih, uz obuku o nepoželjnim ekološkim uticajima i održivom razvoju u kontinuitetu, zatim otvorenu komunikaciju i diskusiju sa turistima i potrošačima, ulaganje u čiste tehnologije i dugoročno planiranje poslovnog partnerstva koje obuhvata sve zainteresovane strane.

Saobraćaj je u turizmu drugi veliki zagađivač životne sredine (Müller, 2004; Holden, 2008; Holloway and Humphreys, 2016). Turistička kretanja velikog obima zahtevaju masovnu organizaciju saobraćaja, a posebno vazdušnog saobraćaja. Ovaj vid saobraćaja ima duplo manju potrošnju goriva nego pre četiri decenije, ali se u isto vreme uvećao za deset puta. Dosadašnja praksa je pokazala da uvo-

#### Prilog 4. Skandik: Dan proveden u Skandiku je dan bliže svetu održivog razvoja

Hotel Skandik Sjolist u Oslu je bio prvi iz lanca Skandik (Scandic) koji je još 1999. odlikovan Nordijskim priznanjem (Nordic Ecolabel the Swan), jednim od najprestižnijih u oblasti ekološke sertifikacije. Da bi dobio ovu nagradu hotel mora da preispita svoje poslovanje u kontekstu ekoloških načela i povinuje se grupi od sto strogih propisa. Propisi se revidiraju u dužem vremenskom periodu što omogućuje dugoročni princip ekološkog poslovanja. Van grupe nordijskih zemalja ovaj hotelski lanac se dovodi u vezu i sa Evropskom komisijom i sertifikati- ma koje ona obezbeđuje. Da bi se dobilo takvo priznanje ne- ophodno je odgovoriti na visoke standarde u oblasti zaštite ži- votne sredine.

Danas se u lancu Skandik nalazi preko 115 hotela koji su do- bili neki vid ekološkog sertifikata. Postavljeni cilj nalaže da svi hoteli moraju dobiti ekološki sertifikat i na tom putu se ova kompanija i nalazi. Dokaz su i primeri poslovanja u vezi sa ko- rišćenjem vode i brojnih drugih resursa.

Kako bi se redukovali troškovi transporta povučena je sveu- kupna potrošnja flaširane vode iz svih Skandik hotela. U pret- hodnom periodu potrošnja flaširane vode je bila na nivou od 1,2 miliona litara, što odgovara količini od 3,6 miliona flaša. Sa sopstvenim količinama vode iz slavine Skandik je na godiš- njem nivou redukovao emisiju u količini 160 tona CO<sub>2</sub>. Hotelski lanac je sve smeštajne objekte opremio sopstvenim rezervoarima vode za piće, obezbedio vodu koja po svojoj temperatu- ri i sadržaju minerala odgovara normama zdrave vode za piće, obezbedio mogućnost izbora između obične ili gazirane vode koja se sipa direktno u njihove sopstvene flaše (napravljene od recikliranog stakla i plastike) i deset centi po prodatoj fla- ši vode donirao u fond za podsticanje održivosti (Scandic Su- stainability Fund).

U skladu sa vizijom o zdravoj ishrani i održivom razvoju, Skandik se opredelio za pripremu organski zdrave hrane uvek kada je to moguće. Godišnje se pripremi oko hiljadu tona tak- ve hrane. Gostima je na usluzi i hleb bez glutena i mleko bez

laktoze. Kafa koja se poslužuje je odličnog kvaliteta i svaka servirana šoljica u Danskoj, Finskoj, Norveškoj i Švedskoj nosi oznaku „Fairtrade” ili „UTZ” sertifikata. Ove oznake garantuju da je kafa uzgajana po principima ekološke i socijalne održivo- sti. Navedeni podaci posebno dobijaju na značaju ako se uzme u obzir da godišnje u ovim hotelima bude posluženo više od dvadeset miliona šoljica organski proizvedene kafe.

Nameštaj kojim se opremaju sobe u Skandik hotelima is- ključivo je od prirodnih i ekološki prihvatljivih materijala. Još 1995. godine opremljena je prva eko-soba, a danas svaka soba u svim hotelima pripada tom tipu. Identični materijali u smislu ekološke prihvatljivosti i održivosti koriste se i kod opremanja javnih prostorija, kao što su, na primer, konferencijske sale. Iz- gradnja svih objekata sprovodi se po načelima održivog razvo- ja koji uključuje sledeće principe:

- ▶ svi materijali moraju biti energetski efikasni i održivi, uzi- majući u obzir njihovu proizvodnju, transport, životni ciklus i reciklažu;
- ▶ ne koriste se materijali koji mogu da izazovu potencijalnu opasnost po životnu sredinu ili utiču na podsticanje alergi- ja kod gostiju;
- ▶ svi hoteli moraju imati sistem za sortiranje otpada;
- ▶ sistemi za zagrevanje, ventilaciju i rashlađivanje moraju biti savremeni, prihvatljivi i jednostavni za održavanje;
- ▶ prednost u izgradnji daje se materijalima koje su sertifikovale ekspertske organizacije i za koje je procenjeno da ne ugrožavaju životnu sredinu.

Odsedanje u nekom od Skandik hotela daje mogućnost turistima da se informišu o tome koliko njihov boravak utiče na uštedu energije, otpada, vode ili koliko smanjuje emisiju CO<sub>2</sub>. Skandik je bio prvi hotelski lanac koji je plasirao podatak o emisiji CO<sub>2</sub> po gostu. Ambiciozni cilj do 2025. ističe da se ta vrednost mora svesti na nulu. Na putu do ispunjenja cilja insi- stiraće se na obnovljivim izvorima energije.

đenje tiših, štedljivijih i čistijih mlaznih mo- tora ima nuspojavu u povećanju emisije azot- nih oksida. Dalje, avioni oslobađaju oko 448 miliona tona CO<sub>2</sub> u gornje slojeve troposfere i to svake godine. Prema Organizaciji međuna- rodnog civilnog vazduhoplovstva (Internatio- nal Civil Aviation Organization), emisije iz avi- ona čine 2% svih emitovanih gasova staklene bašte, a očekuje se da će ukupna količina emi- sije CO<sub>2</sub> iz vazduhoplovstva rasti i to za 3-4% godišnje (Holloway and Humphreys, 2016). Da bi odgovorile na izazove u zaštiti životne sredi- ne, avio-kompanije ulažu napore u borbi protiv klimatskih promena, a medijski se u tom za- datku posebno afirmišu niskobudžetne kom- panije, koje su, uostalom, i najviše zaslužne

za omasovljavanje turizma u 21. veku. Na pri- mer, Rajaner (Ryanair), posredstvom direktora za održivo poslovanje, insistira na aktivnosti- ma za neutralisanje emisije CO<sub>2</sub>. Sa ulaganjem od 22 milijarde dolara u nove i efikasnije avi- one, koji će prevoziti više putnika, cilj je da se smanji za 16% potrošnja goriva i za 40% emi- sija buke. Na kraju postupka rezervacije leto- va preko kompanije Rajaner, putnici mogu da daju dobrovoljni prilog za akciju neutralizaci- je uticaja ugljenika. Do 2022. godine je priku- pljeno 3,5 miliona evra u okviru ove akcije pod sloganom – Možeš napraviti razliku (Ryana- ir, 2022). Veoma slične planove i aktivnosti za sprečavanje emisije štetnih gasova, koji proi- zvede efekat staklene bašte, a pre svega uglje-

nika, imaju i druge avio-kompanije, na primer Izidžet i Vizer (Wizz Air).

Pored saobraćaja i ugostiteljstva, zabavni sadržaji unutar turističkih destinacija i centara predstavljaju treću veliku grupu zagađivača životne sredine u turizmu. Tematski parkovi su iz više razloga predmet opsežnih analiza u stručnoj literaturi iz održivog turizma, jer vizuelno zauzimaju dominantnu poziciju u turističkim predelima, u posedu su prepoznatljivih korporacija i često proizvode doživljaje koji se zasnivaju na fantaziji – npr. Dizniled (Weaver, 2006). U poslednje vreme su popularni akva parkovi, koji su kao vrsta tematskih parkova često integrisani sa većim hotelima, pa se pojavljuju u ulozi velikih potrošača vode. Ipak, neki zabavni parkovi imaju i višedecenijsku tradiciju brige o životnoj sredini. Popularni tematsko-zabavni park Morski svet (Sea World) iz Floride, savezne američke države sa jednom od najvećih koncentracija tematskih parkova u svetu, u prethodnih pet decenija je spasio više od 40.000 bolesnih, povređenih i napuštenih mladih jedinki životinjskog sveta. Zapo-

slenima u ovom zabavnom parku, na zadatku očuvanja živog sveta, pomažu i brojni posetioци (<https://seaworld.com>).

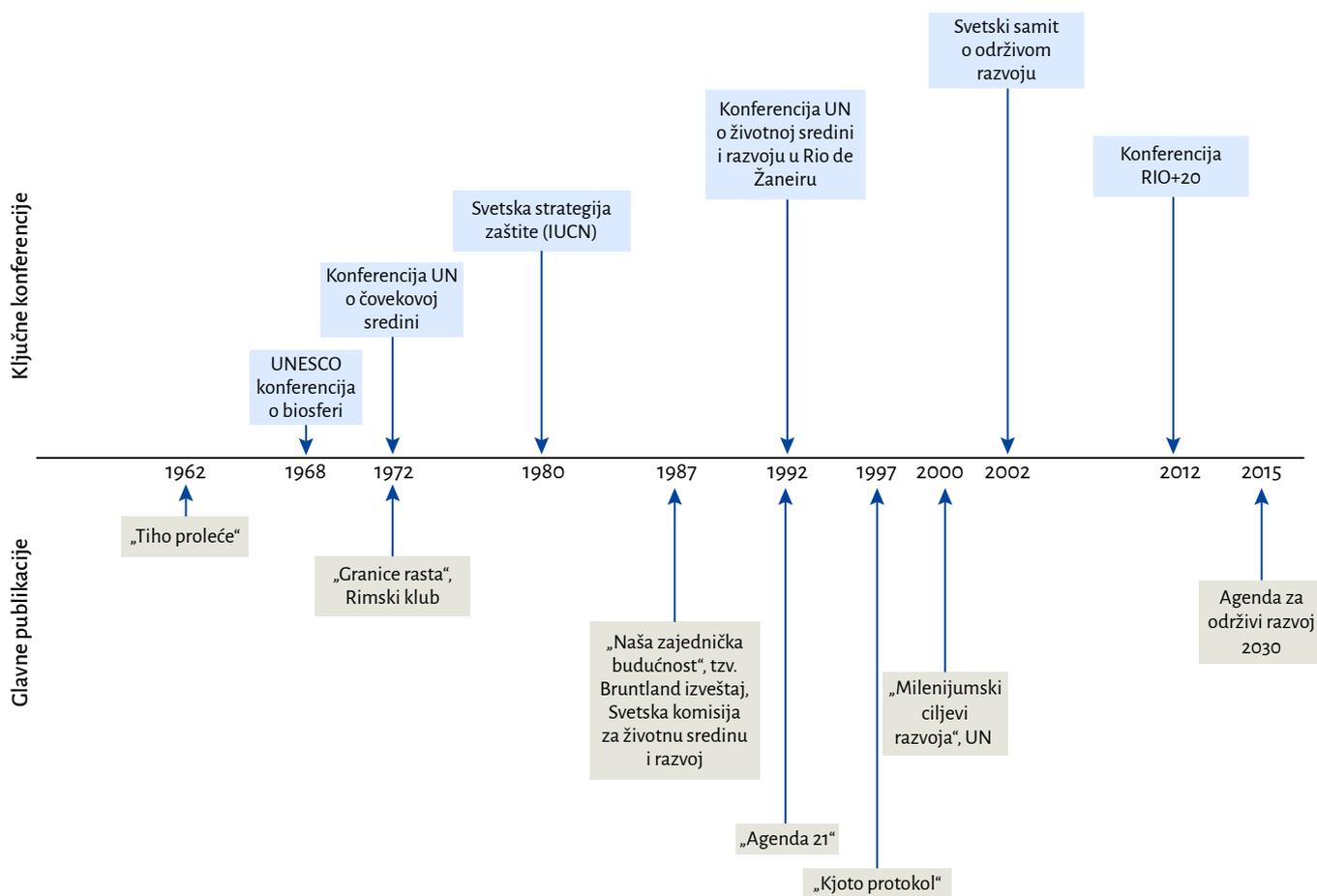
Kao poučan primer dobrih akcija za zaštitu životne sredine, na nivou turističke destinacije, može i sada da posluži slučaj letovališta Mauna Lani (Havaji), kojim je, u devedesetim godinama 20. veka i nakon toga, upravljao izvesni Keni Braun (Kenny Brown). Upravnik Braun je isticao da izvođači radova i turistički radnici moraju biti posebno osetljivi prema životnoj sredini i da se ne smeju ponašati kao slonovi u staklarskoj radnji. Opominjuće reči Kenija Brauna i danas su aktuelne: „Ne samo da bismo morali da imamo razumevanje prema životnoj sredini, već treba da dodamo životu ljudi nešto lepo, društveno i ekonomski oplemenjujuće. Trebalo bi da ispitamo naša dela i da se zapitamo da li je to zaista za dobrobit zajednice“. Pogledi upereni prema životnoj sredini doneli su prestižnom letovalištu i brojna priznanja. Njihov moto je glasio – Za dobrobit čovečanstva, a poslovni stavovi su upućivali na to da je briga o životnoj sredini i etičko pitanje (McIntosh et al., 1995).

## ODRŽIVI RAZVOJ

Koncepcija održivog razvoja je za relativno kratko vreme postala opšte prisutna u brojnim debatama na globalnom nivou. Pojam se upotrebljava u različitim značenjima i može se odnositi na privredu, prirodu i društvo. Koncepcija održivog razvoja je tesno povezana sa načinom na koji vrednujemo resurse životne sredine i brojnim etičkim načelima koja iz toga proističu. Usvajanje principa održivog razvoja primorava ljude da razmišljaju o sledećem: kvalitetu životne sredine u kome se život optimalno odvija, raspoloživosti resursa u budućnosti, stanju životne sredine u kojoj će živeti potomci današnjih generacija i društvenom blagostanju.

Do danas je izvedeno više definicija održivog razvoja, u zavisnosti od momenta njihovog pojavljivanja i oblasti u kojoj se posmatra ovaj pristup. Ipak, jedna od opšte prihvaćenih je definicija iz 1987. godine i dokumenta koji je ostao poznat kao Brundtland izveštaj: „Održivi razvoj je razvoj koji zadovoljava potrebe

sadašnjeg društva, bez ugrožavanja budućih generacija da i one budu u mogućnosti da zadovoljavaju svoje potrebe“ (WCED, 1987). Ova definicija je i danas široko prihvaćena, uprkos činjenici da je i poprilično kritikovana zbog isticanja toga da ekonomski rast, modernizacija industrije i tržišni imperativi, treba da budu ključni pokretači i ciljevi za sve nacije. Naime, ovde se u sukobu mišljenja nalaze zabrinutost industrijalizovanog globalnog severa za stanje životne sredine i interesi siromašnog globalnog juga, koji je opterećen problemima siromaštva, poljoprivrednom održivošću, pitanjima obrazovanja i sanitarnih uslova (Blewitt, 2008). U samom Brundtland izveštaju su prepoznate i kontradiktornosti u definiciji, što se vidi u isticanju toga da održivi razvoj sadrži dva ključna koncepta: (1) potrebe – posebno suštinske potrebe siromašnih kojima treba dati prioritet i (2) ograničenja – nametnuta tehnološkom i društvenom organizacijom, u odnosu prema životnoj sredini (Baker, 2006).



▲ **Slika 8.** Vremenska skala pojavljivanja i održavanja najznačajnijih publikacija i konferencija o životnoj sredini  
Izvor: Pickerill, 2008. (delimično korigovano)

Neki istraživači početak pojma održivi razvoj traže u idejama, teorijama ili konferencijama, koje su se značajno ranije pojavile i pre samog pojma održivi razvoj, a koje u suštini manifestuju ideju potrošivosti resursa, prekomernog zagađivanja životne sredine ili neodrživosti u razlikama između siromašnih i bogatih (Slika 8). Na primer, čuvena Maltusova teorija je u osnovi vid zabrinutosti za nedostatak resursa hrane zbog porasta broja stanovnika, dok je Vilijam Stenli Dževons (William Stanley Jevons), kao istraživač, još u 19. veku bio zabrinut za dostupni energetska potencijal zbog nedostatka resursa uglja (Baker, 2006). Ipak, tek od šezdesetih godina 20. veka javnost je više usmerena na ove probleme i ujedno od tada se pojavljuje veliki broj publikacija i konferencija koje skreću pažnju na probleme razvoja i životne sredine.

Koncepcija održivog razvoja je prvi put spomenuta 1980. u Svetskoj strategiji zaštite (World Conservation Strategy), koju je publikovala Međunarodna unija za zaštitu prirode (International Union for Conservation

of Nature – IUCN), u saradnji sa Programom Ujedinjenih nacija za životnu sredinu (United Nations Environment Programme – UNEP) i Svetskim fondom za prirodu (World Wide Fund for Nature – WWF). Cilj strategije je bio da se realizuje održivi razvoj kroz zaštitu živih resursa, tako što će objediniti naučno-teorijski i praktični vodič kroz aktivnost zaštite (Baker, 2006). Znatno veći publicitet pojam održivog razvoja je dobio tek 1987. godine u Bruntland izveštaju, koji je usvojila Svetska komisija za životnu sredinu i razvoj (World Commission on Environment and Development – WCED). U izveštaju Naša zajednička budućnost, što je njegovo zvanično ime, iznosi se da je ključni problem životne sredine izuzetno siromaštvo globalnog juga i neodrživi koncept potrošnje severa (WCED, 1987). Samo ujedinjeno i usklađeno načelo razvoja i odnosa prema životnoj sredini može doprineti istinskom prosperitetu, kvalitetnom ili održivom razvoju.

Novo poglavlje u afirmaciji ideje održivog razvoja otpočelo je 1992. godine kada je u junu održana Druga konferencija Ujedinjenih naci-

ja o životnoj sredini i razvoju u Rio de Žaneiru (Brazil). Problem zaštite životne sredine i razvoja je znatno kompleksnije analiziran. Konferencija je potvrdila kako u svetu otpočinje dominacija uverenja da se ne smeju dopustiti bilo kakve aktivnosti koje mogu ugroziti životnu sredinu, život i zdravlje ljudi, danas i u budućnosti. Ocenjeno je i to da se pitanje životne sredine mora rešavati istovremeno sa rešavanjem problema siromaštva, nezaposlenosti, socijalnih tenzija, spoljnog duga, otvaranja međunarodnog tržišta, transfera čistih i bezbednih tehnologija. Na konferenciji su usvojeni sledeći važni dokumenti: (1) Rio deklaracija o životnoj sredini i razvoju, (2) Agenda 21 (program aktivnosti za 21. vek), (3) Konvencija o promeni klime, (4) Konvencija o biološkoj raznovrsnosti, (5) Principi o upravljanju, zaštiti i održivom razvoju svih tipova šuma (Napori Ujedinjenih nacija za bolju životnu sredinu 21. veka, 1992). Na konferenciji u Rijuu akcentat je bio na globalnim promenama životne sredine, dok se o problemima siromaštva manje razgovaralo. Međutim, na Svetskom samitu o održivom razvoju u Johanezburgu (Južna Afrika), 2002. godine, sumirani su rezultati učinka u zaštiti životne sredine tokom prethodne decenije, ali se u fokusu našlo i pitanje siromaštva i neujednačenog razvoja između siromašnih i bogatih.

Dvadeset godina nakon prve konferencije, 2012. godine, opet je organizovana Konferencija u Rio de Žaneiru (tzv. Rio + 20), gde su formulisana tri cilja: (1) politička podrška koncepciji održivog razvoja, (2) procena napretka u prethodno dogovorenim obavezama i (3) rešavanje novih izazova.



► **Slika 9.** Održivi razvoj povezuje ekonomiju, društvo i životnu sredinu  
Izvor: Baker, 2006.

Koncepcija održivog razvoja se bazira na tri ključna principa: (1) društvenom, koji se odnosi na ponašanje ljudi, sistem njihovih vrednosti i institucije; (2) ekonomskom, koji je u vezi sa distribucijom ograničenih resursa i (3) ekološkom, koji uključuje efekte ekonomskog i društvenog razvoja po životnu sredinu (Stojanović i drugi, 2014). Drugim rečima, razvoj mora biti saglasan sa resursima životne sredine i ne sme je ugrožavati ni po kom osnovu (Slika 9). Zahvaljujući pojavi koncepcije održivog razvoja pojavile su se i nove kritike upućene industrijalizaciji, potrošačkom društvu i tržišnoj ekonomiji. Ipak, glavna razmišljanja u održivom razvoju su usmerena prema „ekološkom tržištu“ i kontinuiranom ekonomskom rastu koji je, u korišćenju resursa i proizvodnji otpada, prilagođen kapacitetima planete. Ovo se postiže kroz ozelenjavanje privrede i društva, zelenu potrošnju i efikasan proizvodni sistem koji minimalizuje rasipanje, zagađivanje i negativan društveni uticaj. Ekološko tržište je ono u kome su rast i potrošnja pokretači u kreiranju održivog okruženja i sredstava za život. Takve promene zahtevaju ekološku modernizaciju, težnju za racionalnim, ekološki prihvatljivim tehničko-tehnološkim rešenjima i efikasnijim institucijama koje upravljaju i sprovode monitoring životne sredine.

Koncepciju održivog razvoja na početku 21. veka su obeležila dva strateška dokumenta od planetarnog značaja: Milenijumski ciljevi razvoja i Ciljevi održivog razvoja. Milenijumska deklaracija Ujedinjenih nacija je potpisana 2000. godine. Milenijumski ciljevi razvoja, kao rezultat deklaracije, obuhvatili su osam razvojnih ciljeva do 2015. godine i s posebnim osvrtom na smanjenje siromaštva. Milenijumske ciljeve razvoja, koji su prestali da važe 2015. godine, zamenili su Ciljevi održivog razvoja (Agenda za održivi razvoj 2030). U njihovoj osnovi je 17 ciljeva održivog razvoja, koji predstavljaju hitan poziv svim zemalja u globalnom partnerstvu. Ciljevi ističu da okončanje siromaštva i drugih globalnih problema mora ići zajedno sa strategijama koje unapređuju zdravlje i obrazovanje, smanjuju nejednakost i podstiču ekonomski rast, a koji se bori protiv klimatskih promena i radi na očuvanju Svetskog mora i šuma. Rok za postizanje ciljeva je 2030. godina.

Budućnost koncepcije održivog razvoja zavisi od spremnosti čovečanstva da preuzme realizaciju postavljenih ciljeva u oblastima ekološke, ekonomske i društvene održivosti. Postizanje ciljeva zahteva razmatranje novih politika, programa i tehnologija. To podrazumeva i postojanje dobre volje za odbacivanjem dosadašnjih loših praksi (Roosa, 2008). Promene dosadašnjih praksi mogu imati dva pristupa: reformistički i radikalni. Reformistički pristup zagovara akcije u okviru postojećeg društvenog i ekonomskog sistema, kao i to da je u okviru njih moguće

modifikovati naše aktivnosti u cilju smanjenja pritiska na životnu sredinu. Radikalni pristup podrazumeva velike promene u načinu na koji postupamo, što prema nekim mišljenjima nije moguće u sadašnjem sistemu. Najzad, dublji „zeleni“ pogled na svet zahteva ništa manje od nenasilne revolucije koja će oboriti sva naša zagađivanja, pljačke i materijalističko industrijsko društvo, da bi se na tom mestu stvorio novi ekonomski i društveni poredak, koji će omogućiti ljudima da žive u harmoniji sa planetom (Pickett, 2008).

## ODRŽIVI RAZVOJ TURIZMA

Principi održivog razvoja su pronašli mesto za svoju primenu u brojnim privrednim delatnostima i oblastima čovekovog delovanja, pa se još od devedesetih godina 20. veka govori o, na primer, održivoj poljoprivredi, održivoj industriji, održivim gradovima ili održivom obrazovanju. Ovaj trend nije mimoišao ni turizam. Turistička privreda je, kao deo uslužnog sektora i globalne ekonomije, izrazito zavisna od prirodnog i kulturnog nasleđa širom sveta. Bez baze resursa prirode i kulture nemoguće je govoriti o turizmu i njegovom razvoju. Zato je ključni izazov u razvoju savremenog turizma očuvanje prirodnih i kulturnih turističkih resursa i za dolazeće generacije. Tim pre, jer je masovni razvoj turizma, nakon Drugog svetskog rata, izazvao brojne negativne posledice u životnoj sredini turističkih regija, što je nesumnjivo ukazalo na potrebu stavljanja turizma pod koncepciju održivog razvoja.

### **Poreklo, definicija i pojašnjenje pojma održivi turizam**

Kao što je u prethodnim potpoglavljima napomenuto, svetski turizam je tokom godina enormno rastao, a najverovatnije da će nastaviti i u budućnosti to da čini, bez obzira na sve izazove (npr. pandemije i ratovi). Prema svim predviđanjima međunarodni turizam ima svetlu budućnost. Šansa koju turizam nudi za pozitivne ekonomske i društvene koristi u budućnosti će zavisiti od odluka koje se donose danas. Turistička privreda može dobro da planira svoj razvoj ili da ga

prepusti nasumičnom ishodu i nada se najboljem rešenju. Ako se u ovom trenutku rasta i razvoja u turizmu ne definišu jasne politike i planovi održivosti, možda nikada neće biti druge prilike. Turizam ima ograničeno okruženje za razvoj, a veliki deo životne sredine je već pod opsadom brojnih drugih privrednih delatnosti. Očuvati resurse i izvući povoljne koristi od turizma je pravi izazov, dok međunarodni turizam u ovom veku može biti glavni alat za postizanje višeg kvaliteta života. Turizam, takođe, ima potencijal da bude jedan od najvažnijih stimulansa za globalno poboljšanje društvenih, kulturnih, ekonomskih, političkih i ekoloških dimenzija čovekove zajednice (Edgell, 2020).

Premda ne može biti rešenje za sve nedaće pred kojima turizam stoji, održivi razvoj je u poslednjih trideset godina prepoznat kao jedna od mogućih opcija na putu ka stvaranju humanijeg društva, u kome se brine o životnoj sredini i u kome su ekonomske aktivnosti izvor pristojnog života.

Pojam održivi turizam je postao popularan u ranim devedesetim godinama 20. veka, nakon objavljivanja Brundtland izveštaja (1987), dok su koncepciju održivosti kasnije prihvatili i brojni segmenti turističke privrede. Održivi turizam u svom osnovnom obliku predstavlja direktnu primenu koncepcije održivog razvoja. Održivi turizam se zato može definisati kao vid turizma koji zadovoljava potrebe sadašnjih generacija i to bez ugrožavanja sposobnosti budućih generacija da zadovolje sopstvene turističke potrebe. U praktičnom

i operativnom smislu, održivi turizam se može smatrati turizmom kojim se upravlja na takav način:

- da ne prelazi ekološki, socio-kulturni ili ekonomski kapacitet nosivosti neke destinacije i
- da minimalizuje povezane ekološke, socio-kulturne i ekonomske troškove, dok su povezane ekološke, socio-kulturne i ekonomske koristi maksimalizovane u tako postavljenom razvoju (Weaver and Lawton, 2014).

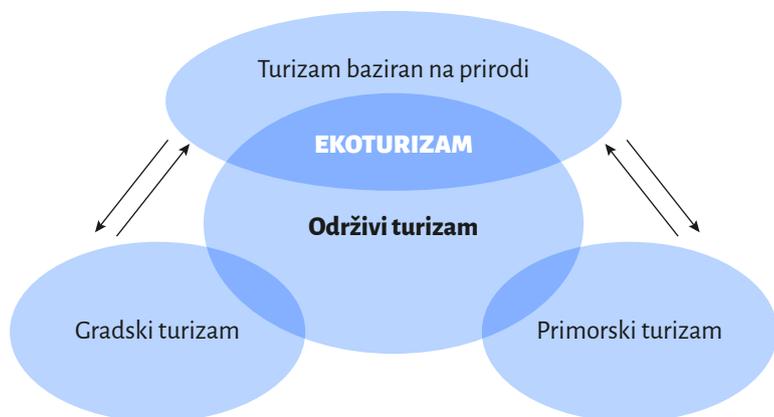
Održivi turizam uključuje niz ekoloških, socio-kulturnih i ekonomskih dimenzija, koje su poznate i kao tzv. trostruki pristup u održivom turizmu (Weaver and Lawton, 2014). Ovakav pristup još jednom svedoči o preuzimanju koncepcije održivog razvoja i onda kada je reč o definisanju održivog turizma. Svetska turistička organizacija (WTO) je objavila svoju definiciju održivog turizma, pozivajući se, uz dodatna proširenja, na trostruki pristup, pa je prema njihovom shvatanju održivi turizam vid turizma koji u potpunosti uzima u obzir sadašnje i buduće ekonomske, društvene i ekološke uticaje, a u odnosu na potrebe posetilaca, turističke privrede, životne sredine i zajednice domaćina. Pored optimalnog korišćenja resursa životne sredine i poštovanja izvornih socio-kulturnih odlika zajednica domaćina, ovde se posebno ističe važnost osiguranja održive, dugoročne ekonomske delatnosti, koja obezbeđuje socio-ekonomsku korist za sve zainteresovane strane u turizmu, uključujući stabilno zapošljavanje, mogućnost za sticanje prihoda i socijalne usluge za zajednice domaćina, što sve zajedno doprinosi smanje-

nju siromaštva (UNEP and WTO, 2005). Ovakva načela i stavovi se u velikoj meri pozivaju na Agendu 21 – jedan od ključnih dokumenata Druge konferencije Ujedinjenih nacija o životnoj sredini i razvoju u Rio de Žaneiru, iz čega je kasnije proistekla i Agenda za turističku privredu. Ovaj dokument je opisao ulogu turističke privrede u postizanju ciljeva globalne održivosti, uz naglašavanje značaja saradnje svih zainteresovanih strana u javnom i privatnom sektoru (Biederman et al., 2008).

Održivi turizam se veoma često povezuje sa oblicima turizma malog obima, na primer, sa ekoturizmom, geoturizmom ili turizmom zasnovanim na lokalnoj zajednici (Weaver, 2006). Ovaj odnos je posebno bio predmet analiza u početnim fazama razvoja održivog turizma. Održivi i ekoturizam jesu veoma slični. Spominje se često kako ekoturizam podrazumeva održivo korišćenje resursa i želju posetilaca da pomognu u zaštiti prirode (Stojanović, 2016). Ipak, održivi turizam i ekoturizam nisu isto (Slika 10). I jedan i drugi pojam pripadaju grupi novog turizma, koji je odgovoran, bez štetnog uticaja, alternativan. Ipak, ekoturizam je oblik turizma, za koji se slično kao i u slučaju nekih drugih oblika vezuju tačno određene turističke aktivnosti, ponašanja turista i sam izgled turističke destinacije. Sa druge strane, održivi turizam je koncepcija turističkog razvoja, upućena na očuvanje životne sredine, društvenih i kulturnih specifičnosti neke destinacije, koju bi trebalo povezivati sa svim oblicima turizma kako alternativnim, tako i sa onim masovnim.

Tema povezanosti masovnog turizma i održivog turizma je bila dosta zapostavljena, mada je održivost veoma relevantna za masovni turizam. Ovo proističe iz toga što masovni turizam predstavlja glavninu globalnih turističkih kretanja i većinu aktivnosti koje su do sada bile ocenjene kao „neodržive“. Da bi se „održivost“ primenila u sektoru turističke privrede neophodno je uzeti u razmatranje nekoliko osnovnih načela. Kao prvo, pitanja etičkih principa moraju biti nedvosmisleno prihvaćena u velikim korporacijama, koje dominiraju masovnim turizmom. Dalje, neophodno je bolje poznavanje „ozelenjavanja“ tržišta u kome je sve veći broj turista spreman i dodatno da plati u slučaju primene ekoloških stan-

▼ **Slika 10.** Položaj ekoturizma u šemi odnosa održivog turizma prema odabranim selektivnim oblicima turizma



darda i tehnologija, a za vreme svog putovanja. Zatim, ispostavilo se da ulaganje u „ozelenjavanje“ (reciklaža, ušteda energije, upotreba peškira i posteljine u hotelima u više navrata), ne samo da može da privuče segmente turista, već može značajno da bude i profitabilno. Najzad, velike kompanije u masovnom turizmu imaju više novca i mogućnosti da afirmišu radna mesta povezana sa politikama održivosti (npr. službenik za životnu sredinu, službenik za odnose sa lokalnom zajednicom), a zbog svojih specifičnih veza sa manjim kompanijama i dobavljačima mogle bi i njih da animiraju u prihvatanju načela održivog poslovanja (Weaver and Lawton, 2014).

Najzad, veoma je važno uzeti u obzir i teme koje istovremeno upućuju na različitost pojmova održivi razvoj i održivi turizam, tako što analiziraju kako održivi turizam ne mora uvek biti ključ za ukupni održivi razvoj, na primer, neke destinacije ili regije (Cooper and Hall, 2008). Odnosno, održivi razvoj ne mora potpuno biti ostvaren samo zato što su principi održivog turizma ostvareni u toj nekoj destinaciji. Ukupni održivi razvoj je daleko složeniji, obuhvata više tema i više aktera, koji jesu ili mogu biti uključeni u proces.

### **Principi održivog turizma**

Definisanje principa održivog turizma polazi od etičkih promena. Konceptcija održivog turizma iziskuje suštinske etičke promene kod svih učesnika turističkog procesa, od turističke privrede kao nosioca i kreatora ponude, pa do turista kao korisnika turističkih usluga. Etičke osnove održivog turizma su tesno vezane za dva pojma: potrebe i odgovornost. Turistička potreba ili potreba za putovanjima se smatra za osnovnu ljudsku potrebu. Zadovoljenje te potrebe mora se tako realizovati da se ne dovodi u pitanje mogućnost njenog zadovoljenja u budućnosti, kod potomaka sadašnjih generacija. Sadašnje generacije moraju da uvažavaju pravo budućih generacija da u istoj ili većoj meri zadovoljavaju svoje turističke potrebe i razvijaju turizam, obezbeđujući svoju egzistenciju (Jovičić, 2000).

Principi održivog turizma se jednostavno mogu objasniti činjenicom da predstavljaju produženu definiciju održivog turizma (Tabe-

la 4), jer ispituju i procenjuju da li turističke aktivnosti zadovoljavaju kriterijume održivosti (Mowforth and Munt, 2016). Međutim, principi održivog turizma nisu permanentni, s vremenom su dodatno razvijani i prilagođavani, pa zato u konkretnim situacijama i nisu uvek opšteprihvaćeni.

Odeljenje za životnu sredinu (Department of the Environment – DOE) u Velikoj Britaniji je još 1991. godine, razvijajući vlastite principe održivog turizma, istaklo da životna sredina ima suštinsku vrednost, koja je veća od njene vrednosti kao turističkog dobra i da njen dugoročni opstanak ne sme biti ugrožen kratkoročnim interesima i razmatranjima (Holden, 2008). U drugoj polovini devedesetih godina (1996), u italijanskom gradu Belado sastala se grupa eksperata kako bi uspostavili skup opštih smernica za pružanje informacija o implementaciji strategija održivog razvoja, uključujući i one koje su posebno povezane sa turizmom. Prvi od tzv. Belado principa naglašava potrebu da svaka organizacija ima jasnu viziju i praktičnu definiciju šta podrazumeva pod održivim razvojem. Sledeća tri principa ukazuju na jasnu prednost sveobuhvatnog modela u zagovaranju holističkog, sistemski zasnovanog pristupa koji uzima u obzir adekvatan prostorni i vremenski opseg. Naknadni principi naglašavaju potrebu za praktičnošću (uključujući mali i primenljivi skup indikatora održivog razvoja), otvorenošću i odgovornošću, kako bi se izbegli politički problemi, sa širokim učesćem zainteresovanih strana i odgovarajućim tekućim procedurama monitoringa aktivnosti. Konačni princip insistira na kapacitetima za primenu održivog razvoja, navodeći potrebu da organizacije na odgovarajući način finansiraju strategije održivog razvoja kako bi ispunile svoje ciljeve (Weaver, 2006).

Jedan od vodećih principa održivog poslovanja u turizmu istakao je i Program Ujedinjenih nacija za životnu sredinu (United Nations Environment Programme – UNEP), kada je još 2000. godine promovisao i monitoring održivosti kao prvi princip održivog turizma. Ovde se navodi da turistička preduzeća moraju da obezbede dosledno praćenje svojih aktivnosti i prirodnog okruženja. Preduzeća su odgovorna za tok svojih aktivnosti, kako bi se problemi otkrili u ranoj fazi i kako bi se omogućilo delo-

**Tabela 4.** Principi održivog turizma

Princip	Objašnjenje
Ekološki	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Neophodno je da se jasno ističe ekološki princip i to kroz minimalizovanje uticaja turističkih aktivnosti na životnu sredinu (prirodu)</li> <li>▶ Noseći kapacitet je važan alat za procenu uticaja</li> </ul>
Društveni	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Odnosi se na sposobnost zajednice lokalnog stanovništva da prihvati uticaj dodatnog broja ljudi na njihovom području i nastavi da funkcioniše bez remećenja</li> <li>▶ Nije dobro ukoliko se pojave remetilački faktori koji prave razdor između onih stanovnika u zajednici koji imaju korist od turizma i onih koji su u tom procesu marginalizovani</li> </ul>
Kulturni	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Tiče se društvene harmonije u kojoj lokalna kultura – navike, stil života i običaji neće biti narušeni u kontaktu sa posetiocima koji dolaze iz drugačijeg kulturnog okruženja</li> <li>▶ Kulturna održivost se odnosi na sposobnost pripadnika lokalne zajednice da zadrže ili prilagode svoju kulturu u odnosu na onu koju donose posetioci sa drugačijim kulturnim navikama</li> </ul>
Ekonomski	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Odnosi se na nivo ekonomskih prihoda od aktivnosti pružanja usluga, koji je dovoljan da pokrije troškove tih usluga i da umanji efekat prisustva turista</li> <li>▶ Nije jedini princip, mada ga pojedini akteri turizma tako doživljavaju</li> </ul>
Edukacija	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Insistira na boljem razumevanju i poznavanju prirodnog i kulturnog okruženja u kome se turizam odvija</li> <li>▶ Analizira se i na jedan od dva načina: kao edukacija turista o zajednicama lokalnih stanovnika i njihovih kulturnih navika i kao obuka domaćina kako bi bili u stanju da udovolje turistima</li> </ul>
Lokalno učešće	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Važno je da zajednica lokalnog stanovništva bude intenzivno uključena u turizam i to od faze planiranja, preko donošenja odluka, do faze prijema turista</li> </ul>
Konzervacija	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Odnosi se na zaštitu biodiverziteta i lokalne kulture, bez kojih turizam ne može da opstane, a posebno novi oblici turizma koji su zasnovani na malim grupama</li> <li>▶ Osuđuje ekološki imperijalizam gde kulturne vrednosti sa zapada negiraju lokalne kulturne vrednosti, dok navodno podržavaju ekoturizam</li> </ul>

Izvor (delimično korigovano): Mowforth and Munt, 2016.

vanje za sprečavanje ozbiljnijih gubitaka (Presbury and Edwards, 2010).

Prisutno je i mišljenje da održivost može biti sporna ako se svede na niz apsolutnih principa. Ako se principi mogu primeniti, onda to može biti samo na relativan način i u odnosu na različite percepcije onih koji ih koriste, a zatim i u odnosu na sistem ideoloških i moralnih vrednosti onih koji ih primenjuju i tumače. „Dobro“ i „loše“ mogu biti relativni pojmovi, baš kao i pojam održivosti (Mowforth and Munt, 2016). U budućnosti je neophodno više pažnje obratiti i na to da se principi i prakse održivosti u turističkim destinacijama menjaju toliko brzo, da su potrebni novi konceptualni i filozofski okviri kako bi se uhvatila dinamika ovog fenomena. Lokalna, regionalna, nacionalna i međunarodna pažnja treba da se posveti politikama održivog turizma, koje prepoznaju potrebu stanovnika da učestvuju u strategijama održivog turizma, da se zagovaraju pozitivni stavovi o održivom turizmu od strane političara na svim nivoima vlasti i da se jasnije odredi uloga koju turisti treba da imaju u zaštiti i podršci politikama održivog

turizma. Liderstvo zasnovano na kvalitetu, sinergijski pristup u rešavanju pitanja održivog turizma, snažna međunarodna politika održivog turizma, dinamično strateško planiranje i dobro upravljanje će biti obeležja od ključnog značaja za održivost turističkih destinacija u budućnosti (Edgell, 2020).

### **Budući izazovi u održivom razvoju turizma**

Različiti negativni uticaji turizma bolje su uočljivi nego ranije, što dovodi do više izražene svesti po tom pitanju kod turista i preduzeća. Napori za smanjenje negativnih uticaja, prouzrokovanih turizmom, doveli su do uvođenja mnogih ekoloških programa, iako su oni uglavnom zastupljeni tek na lokalnom nivou. Zato i postoji skepticizam kod brojnih analitičara u pogledu toga u kojoj meri se aktivnosti održivog turizma mogu posmatrati kao pravi odgovor na pretnju u odnosu prema životnoj sredini, a ne samo kao alat za pridobijanje naklonosti šire javnosti. Mnoga preduzeća su odlučila da smanje svoje investicije u oblasti održivog turizma, kada su se suočila sa teškim uslovima poslova-

nja tokom prve decenije 21. veka, a nema sumnje da će veliki broj njih nastaviti da deluje samo na rečima, osim ako se ne pokaže da je u njihovom finansijskom interesu da to urade. Kada je o turistina reč, mnogi od njih aktivno razmatraju pitanja održivosti kada planiraju svoje putovanje, ali još uvek postoji sumnja u spremnost većine putnika da plati više za svoj odmor, ako

je on kreiran prema principima održivog turizma. Bez obzira na sve to, ono što je za mnoge kompanije počelo samo kao marketinški trik moglo bi se kasnije pretvoriti u istinsku posvećenost u zaštiti životne sredine, jer kako lobiranje za ekološke interese stupa na snagu, tako se i svest javnosti o problemima životne sredine širi (Holloway and Humphreys, 2016).

# UTICAJ TURIZMA NA ŽIVOTNU SREDINU I IZAZOVI ZA ODRŽIVI TURISTIČKI RAZVOJ



◀ **Prethodna strana:**  
Izazovi za  
jednodnevne  
turističke izlete u  
masovnom turizmu  
(Itaka, Grčka)  
*Foto: V. Stojanović*

Oslanjanje turizma na prirodne i kulturne atraktivnosti u životnoj sredini uvek podrazumeva i to da njegov razvoj izaziva promene, koje mogu biti pozitivne ili negativne. Unapređena svest o ekološkim uticajima turizma, među vladama, nevladinim organizacijama, privatnim sektorom, donatorskim agencijama, akademcima i javnošću, imala je značajnu ulogu u promenama stavova o čovekovoj interakciji sa životnom sredinom, tokom druge polovine 20. i na početku 21. veka (Tabela 5).

Zabrinutost društava i država odmah nakon Drugog svetskog rata je bila upućena na obnovu razorenih evropskih ekonomija, a prioriteta u zaštiti životne sredine, tada i nešto kasnije, uglavnom su bili na niskom nivou.

Do kasnih šezdesetih godina, kako su efekti ekonomskog rasta na životnu sredinu postali očigledniji, ekološka pitanja su počela da dobijaju sve više na značaju. Potonuće tankera za prevoz nafte 1967. godine, poznatog i kao Tori Kanjon (Torrey Canyon), dovelo je do izlivanja

nafte duž jugozapadne obale Engleske. Akcident je izazvao visok nivo zabrinutosti javnosti i naglasio činjenicu da povećani životni standard nije besplatan i bez ekološkog rizika. Po prvi put se dogodila ekološka katastrofa velikih razmera, a zagađujuća nafta je brzo pro našla svoj put i do obližnjih plaža. Potresne medijske slike su prikazivale ptice prekrivene crnom tečnošću, u nemogućnosti da polete, pošto su se zaglavile. Tori Kanjon je bio poguban i po ribe, škampe i sve druge oblike života. Iste godine, zabeleženo je i prvo veće izlivanje nafte u SAD, iz priobalne platforme u blizini Santa Barbare, kada su ispušteni milioni tona sirove nafte duž obala Kalifornije. Zatim, 1969. godine zagađujuće materije su iscurile u reku Rajnu, trujući milione riba i ugrožavajući kvalitet pitke vode za milione Evropljana. Najzad, na promenu pogrešne percepcije o neograničenosti resursa Zemlje uticali su i prvi snimci Zemlje iz kosmosa, snimljeni na Apolu 8, 1968. godine. To je pokrenulo konceptualizaci-

**Tabela 5.** Odnos društva, životne sredine i turizma

Decenija	Stavovi o životnoj sredini	Stavovi o turizmu
1951-1960	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Upućenost na sticanje bogatstva i niska svest o zagađivanju životne sredine.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Međunarodni turizam je ograničen na malobrojnu elitu.</li> <li>► Visoki nivo učešća u domaćem turizmu.</li> </ul>
1961-1870	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Podizanje ekološke svesti.</li> <li>► Naftna katastrofa izazvana potonućem tankera Tori Kanjon.</li> <li>► Objavljivanje knjige <i>Tiho proleće</i>, autorke Rejčel Karson (Rachel Carson), koja kritikuje poljoprivrednu praksu u SAD.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Ubrzano omasovljavanje međunarodnog turizma.</li> <li>► Tek nekoliko izraza zabrinutosti zbog ekoloških posledica usled razvoja turizma.</li> </ul>
1971-1980	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Rastuća svest o zagađenju pesticidima i đubrivima, koja potiču od poljoprivrede.</li> <li>► Zabrinutost zbog zagađivanja vode.</li> <li>► Objavljivanje izveštaja Rimskog kluba – <i>Granice rasta</i> u 1972.</li> <li>► Svest o globalnom zagađivanju i globalnom zagrevanju u naučnim krugovima.</li> <li>► Nuklearna havarija na ostrvu Tri milje u Pensilvaniji (SAD).</li> <li>► Formiranje „Grinpisa“ (Greenpeace) u Kanadi 1971.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Razvijanje svesti u akademskim krugovima o tome da turizam nije „industrija bez dima“.</li> <li>► Organizacija za ekonomsku saradnju i razvoj (Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD) osniva radnu komisiju za turizam i životnu sredinu.</li> </ul>
1981-1990	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Pitanja poput globalnog zagrevanja, kiselih kiša i degradacije ozonskog omotača počinju da dobijaju medijsku pažnju.</li> <li>► Nuklearna nesreća u Černobilu (SSSR – Ukrajina) 1986.</li> <li>► Zabrinutost zbog gubitka tropskih kišnih šuma.</li> <li>► Pojava zelenog konzumerizma.</li> <li>► Brundtland izveštaj iz 1987.</li> <li>► Međuvladin panel za klimatske promene (IPCC) osnovan je 1988.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>► Kontinuirani rast i prostorno širenje turizma u jugoistočnoj Aziji i na Pacifiku.</li> <li>► Masovni turizam na Karibima.</li> <li>► Opadanje udela tradicionalnih oblika turizma u ukupnom ostvarenom prometu do kraja decenije (npr. tradicionalne destinacije poput obala Španije, koje se smatraju kao prevaziđene i previše razvijene).</li> <li>► Turizam se sve više posmatra kao sredstvo ekonomskog razvoja u manje razvijenim zemljama.</li> </ul>

Decenija	Stavovi o životnoj sredini	Stavovi o turizmu
1991-2000	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Protesti protiv: razvoja i izgradnje puteva, genetski modifikovanih useva; eksperimenta sa životinjama; gubitka tropskih kišnih šuma, nejednakosti u svetskoj trgovini.</li> <li>▸ Povećana sklonost prema kupovini organski proizvedene hrane.</li> <li>▸ Prva konferencija Ujedinjenih nacija o životnoj sredini i razvoju održana 1992.</li> <li>▸ Sporazum iz Kjota o kontroli globalnih emisija zagađujućih materija dogovoren 1997.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Ekološki aktivisti se bore protiv nepoželjnog razvoja turizma u Koloradu (SAD).</li> <li>▸ Sve više je turista koji postaju ekološki svesni.</li> <li>▸ Turistička privreda počinje da reaguje na zabrinutost u vezi sa životnom sredinom.</li> <li>▸ Ekoturizam, zeleni turizam i održivi turizam postaju izrazito popularni pojmovi.</li> </ul>
2001-2010	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Globalno zagrevanje postaje predmetom globalne zabrinutosti.</li> <li>▸ Pojačana je medijska zastupljenost tema o globalnom zagrevanju.</li> <li>▸ Naučna zajednica je praktično jedinstvena u stavu da je porast globalne temperature vazduha posledica ljudskih aktivnosti.</li> <li>▸ Insistira se na međunarodnim sporazumima o načinima za smanjenje količine CO<sub>2</sub> u vazduhu.</li> <li>▸ Sporazum iz Kjota je stupio na snagu 2005.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ U štampi su sve više prisutne analize o doprinosu avionskih letova u globalnom zagrevanju.</li> <li>▸ Avio-kompanije uspostavljaju veb-sajtove za kompenzaciju ugljenika putem dobrovoljne donacije kupaca.</li> <li>▸ Sve veće priznanje u turističkoj privredi da će klimatske promene ugroziti uspeh nekih turističkih destinacija, posebno malih ostrva podložnih uticaju porasta nivoa mora i skijališta na nižim nadmorskim visinama, u kojima se očekuje da će obim snežnih padavina biti značajno smanjen.</li> </ul>
2011-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Klimatske promene se i dalje nalaze u fokusu naučne javnosti i medija.</li> <li>▸ Potpisan je Pariski sporazum 2016. s ciljem održavanja globalnog porasta temperature znatno ispod 2 °C.</li> <li>▸ Konferencija u Rio de Žaneiru 2012. (tzv. Rio + 20).</li> <li>▸ Usvojeni su Ciljevi održivog razvoja u Ujedinjenim nacijama, za period 2015-2030.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▸ Klimatske promene ostaju veliki izazov za održivi turistički razvoj (u julu 2022. u Velikoj Britaniji po prvi put izmerena temperatura iznad 40 °C).</li> <li>▸ Godina 2017. proglašena je Međunarodnom godinom održivog turizma, gde su ključni ciljevi: ekonomski rast, društvena inkluzija, zaštita životne sredine, očuvanje kulturnog nasleđa, mir i sigurnost.</li> <li>▸ COVID-19 se proširio 2020. na ceo svet i u narednom periodu pokrenuo brojne izazove u vezi sa turizmom i održivim razvojem.</li> </ul>

Izvor: Holden, 2008. (delimično korigovano i dopunjeno)

ju „ekonomije svemirskih ljudi“ i suprotstavljaju „kaubojskoj ekonomiji“ (Holden, 2008).

Turizam je u šezdesetim godinama još uvek bio imun na kritike o zagađivanju i degradaciji životne sredine i „uspešno“ se nosio se epitetima „ekološki prihvatljive delatnosti“ i „industrije bez dima“. Tek poneka negativna ocena je dolazila do javnosti. Na primer, navodi se problem razvoja turizma u Evropi, gde su pitoresni gradovi, poput Andore i Bijarica, ugušeni novim hotelima, prašinom i bukom poreklom od motorizovanog saobraćaja. Grčka ostrva u Egejskom moru su utopljena u koncepciju javnih plaža i bazena. Zatim, izveštava se o Delfima koji su okupirani hotelima, a u Italiji je invazija turista transformisala nekada poznata odmarališta: Rapalo, Kapri i Alasio (Mishan, 1969).

Već na početku sedamdesetih godina pojavila se nešto veća zabrinutost za pitanja ži-

votne sredine. U 1972. objavljeni su rezultati istraživanja grupe naučnika i poslovnih lidera o porastu broja stanovnika, korišćenju resursa i drugim ekološkim trendovima u publikaciji Granice rasta. Činjenice u izveštajima o zagađivanju, iscrpljivanju resursa i povećanju stope mortaliteta, kao posledice nedostatka hrane i zdravstvenih usluga, podigle su na viši nivo javnu svest o ovim i brojnim drugim temama o životnoj sredini.

Tokom ove decenije pitanja o uticaju turizma na životnu sredinu postavljana su šire i sveobuhvatnije, pošto je prostorna disperzija turizma izazivala negativne efekte i u slučaju novih turističkih prostora. Situacija u brojnim destinacijama je podstakla Organizaciju za ekonomsku saradnju i razvoj (Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD) da 1977. godine oformi grupu stručnjaka za ispitivanje interakcije turizma i život-

ne sredine. Opaženi negativni uticaji turizma na životnu sredinu, poput gubitka prirodnog predela, zagađivanja i uništavanja biljnog i životinjskog sveta, sve su više uznemiravali javnost. Zabrinutost zbog zagađivanja i degradacije je isto tako bila prisutna i u akademskim krugovima. Objavljena je knjiga „Zlatne horde: Međunarodni turizam i periferija zadovoljstva“ (The golden hordes: International tourism and the pleasure periphery), u kojoj je ceo proces razvoja turizma diskutabilno doveden u pitanje, a što ilustruje i sledeći pasus: *Turizam je invazija usmerena iz visoko razvijenih metropolitanskih centara ka „necivilizovanoj“ periferiji. Uništava neshvatljivo i nenamerno, jer se milionima ljudi, pa čak ni hiljadama biznismena i preduzetnika, ne može pripisati zlonamernost... Turizam kao masovno kretanje ljudi zaslužuje da se na njega gleda sa podozrenjem i uznemirenošću, ako ne i sa čistim strahom* (Turner and Ash, 1975). Takođe, u sedamdesetim godinama turizam se kritikuje i u slučajevima degradacije konkretnih destinacija: obale Španije, Francuske i Italije su „unakažene“ izgradnjom hotela, a nekada „prelepi“ Havaji su devastirani izgradnjom brojnih nebodera (Holden, 2008).

U osamdesetim godinama su globalni ekološki problemi, kao rezultat delovanja ljudi, postali popularan medijski sadržaj. Kasnije je došlo do podizanja šire svesti o pitanjima životne sredine kroz plasiranje tema o globalnom zagrevanju i oštećenju ozonskog omotača. Zabrinutost je postajala sve naglašenija usled krčenja tropskih kišnih šuma, koje su poslužile kao izvor za dobijanje novih poljoprivrednih površina i drvne građe. Korišćenje nuklearnih izvora energije je kulminiralo najvećom katastrofom u mirnodopskim uslovima, pošto je Evropa iskusila akcident u Černobilu 1986. godine.

Tokom osamdesetih godina širenje masovnog turizma je istupilo van basena Sredozemnog mora i proširilo se na jugoistočnu Aziju, Afriku i Karibe. Turizam je tako postao strategija i sredstvo za unapređenje ekonomskog razvoja. Fokus na ekonomskom razvoju je paralelno povlačio za sobom i brigu o ekološkim i kulturnim posledicama turističkog razvoja. Svest o tome da turizam može imati negativne efekte je sve više prepoznata i od strane brojnih nevladinih organizacija, pre svega u SAD i

Velikoj Britaniji. U takvim tendencijama, formirane su lokalne grupe s ciljem ostvarivanja pritiska na nadležne institucije zbog uticaja razvoja turizma na njihovo fizičko i kulturno okruženje, kao što je Goa fondacija u Indiji. U ovoj deceniji raste nezadovoljstvo turista u tradicionalnim turističkim regijama za koje se smatralo da su preterano razvijene ili da su izgubile svoju prvobitnu atraktivnost, na primer Kosta del Sol u Španiji.

U devedesetim godinama je etička dimenzija sve više inkorporirana u ekološke kampanje za zaštitu životinja, uz preduzimanje ponekada i nasilnih akcija za njihovo izostavljanje iz naučnih i drugih eksperimenata. Protesti protiv izgradnje puteva su postali učestaliji među aktivistima za zaštitu životne sredine u Velikoj Britaniji i drugim evropskim zemljama, onako kako je i rasla zabrinutost za gubitak izvornosti sela i njegovih prirodnih vrednosti. Entuzijazam i podrška javnosti u ovakvim kampanjama naterali su britansku vladu da ozbiljno preispita svoju strategiju u pogledu saobraćaja, posebno u slučaju uloge privatnog automobila i izgradnje puteva, što je dovelo do otkazivanja brojnih projekata asfaltiranja puteva. Zelena politika u Evropi sticala je sve veće priznanje, kroz demokratske političke inicijative tokom ove decenije, a posebno u Nemačkoj, Francuskoj, Italiji i Finskoj. Zabrinutost zbog genetski modifikovanih useva je narastala u Evropi, a zatim je došlo i do povećane potražnje za organski proizvedenim povrćem, voćem i mesom. Veliki protesti su uzimali maha i zbog globalne nejednakosti u svetskoj trgovini i uloge Svetske trgovinske organizacije (World Trade Organization – WTO) u podsticanju uklanjanja trgovinskih barijera i uvoznih carina.

Tokom devedesetih godina razvoj turizma je po prvi put bio direktno napadnut i to od strane ekoloških aktivista. Skijaški objekti u Vejlu (Kolorado, SAD) su uništeni početkom 1999. godine, zbog njihovog mogućeg uticaja na divlje životinje. Tokom ove decenije neki turoperator, hoteli i avio-kompanije počeli su sa preduzimanjem mera za ublažavanje svojih negativnih uticaja na životnu sredinu (McIntosh et al., 1995). Razmatranje uloge turizma u zaštiti životne sredine i smanjenju siromaštva podstaklo je nevladine organizacije i vladine

agencije na viši stepen aktivnosti (npr. Svetski fond za prirodu). Sve veći broj turista je na sličan način postajao dodatno zainteresovan za ekološke aspekte turizma, onako kako je i zeleni konzumerizam postajao sve popularniji. Alternativni tipovi turizma, uključujući ekoturizam i održivi turizam, ustalili su se u običnom i stručnom turističkom govoru.

U toku prve dve decenije 21. veka održivi razvoj i klimatske promene ostaju dva ključna pojma u vezi sa aktivnostima zaštite životne sredine. Polovinom 2015. godine su usvojeni Ciljevi održivog razvoja u organizaciji Ujedinjenih

nacija, pošto su iste godine prestali da važe Milenijumski ciljevi. Opšti trend je takav da pojam održivi razvoj postaje široko integrisan sa vladinim politikama i ciljevima privrednog razvoja, uključujući tu i turističku privredu. Svetska finansijska kriza 2007-2008. se pokazala kao izazov za razvoj održivog turizma, ali se ipak nije odrazila bitnije na obim turističkog prometa. Sasvim suprotno, pandemija COVID-19 dovodi do rasula u turističkom sektoru i utiče na značajno opadanje turističkog prometa na samom početku treće decenije 21. veka. Ipak, i ovaj događaj je bio kratkog daha.

## SUŠTINA I KARAKTER UTICAJA TURIZMA NA ŽIVOTNU SREDINU

Interesovanje za uticaj turizma na životnu sredinu jedno je od primarnih za istraživače unutar teorije i prakse turizma. Princip od podjednakog značaja za sve njih glasi jednostavno: U odsustvu atraktivne sredine, turizma neće biti. Čitav niz prostornih atraktivnosti kao što su sunce, more, pesak, do neosporno privlačnih istorijskih mesta, osnova su za razvoj turističke privrede. Upravo zbog toga je važno poznavati dobro i kompleksno karakter uticaja turizma na životnu sredinu.

Veza između turizma i životne sredine je fundamentalna i kompleksna. Zbog velikog stepena međuzavisnosti turizma i životne sredine, ova veza se često označava i kao simbiotska (Williams and Lew, 2015). Zatim, veza između turizma i životne sredine je prostorno i kulturno zavisna, te je kao takva i prilično promenljiva kroz vreme i u odnosu prema različitim društvenim interesima. Upućenost turizma na prirodne i kulturne resurse u životnoj sredini istovremeno podrazumeva da njegov razvoj podstiče promene tih resursa, iz čega proističe da je turizam, bez sumnje, faktor transformacije životne sredine. Brojni autori su saglasni da se promene pod uticajem razvoja turizma mogu manifestovati kao pozitivne ili negativne (Holden, 2008; Hall and Page, 2002; Jovičić, 2000; Stojanović, 2016).

Način na koji se koristi termin uticaj implicira, zapravo, da turizam ima uticaj na nešto, bilo da se radi o mestu, osobi, okruženju, zajednici, destinaciji ili ekonomiji. Pojam uti-

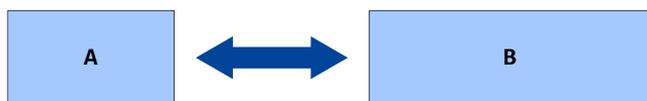
caj u turizmu se stoga obično koristi da opiše promene u vezi sa posetom u nekom vremenskom periodu. U poslednje vreme raste svest o uticaju turizma na ekološke, društvene, ekonomske i političke promene. Sve to ponekada nije dovoljno, pa se termin uticaj koristi tako da sugeriše kako je ovo jednodimenzionalni ili jednosmerni uticaj (Slika 11). Međutim, uticaji turizma su veoma retko, a možda i nikada, jednosmerni. Turizam utiče na ljude i objekte isto kao što ljudi i objekti utiču na turizam. Uticaji su takođe retko, a možda i nikada, pitanje izolovanog ekološkog, društvenog, ekonomskog ili političkog uticaja. To je zato što turističke posete utiču na kompletno fizičko okruženje, ljude, zajednice, šire društveno okruženje. One imaju uticaj na ekonomske činioce, a mogu imati i političko značenje, posebno u pogledu analize toga kako mesta privlače posetioce i kako se upravlja posetiocima. Najzad, političke odluke utiču na to kako se uticaji turizma mogu ublažiti ili prilagoditi. Stoga, upravljanje uticajima turizma zahteva integrisani pristup, koji ima za cilj da spoji ove različite dimenzije turizma na koherentan način (Hall and Lew, 2009).

Da bi posledice turizma bile vidljive, mora doći do promena. Stoga je promena integralni koncept neophodan za razumevanje uticaja turizma na životnu sredinu. Tamo gde se promene dešavaju veoma sporo i postepeno, uglavnom nema mnogo negativnih stavova prema turizmu. Većina okolnosti u kojima

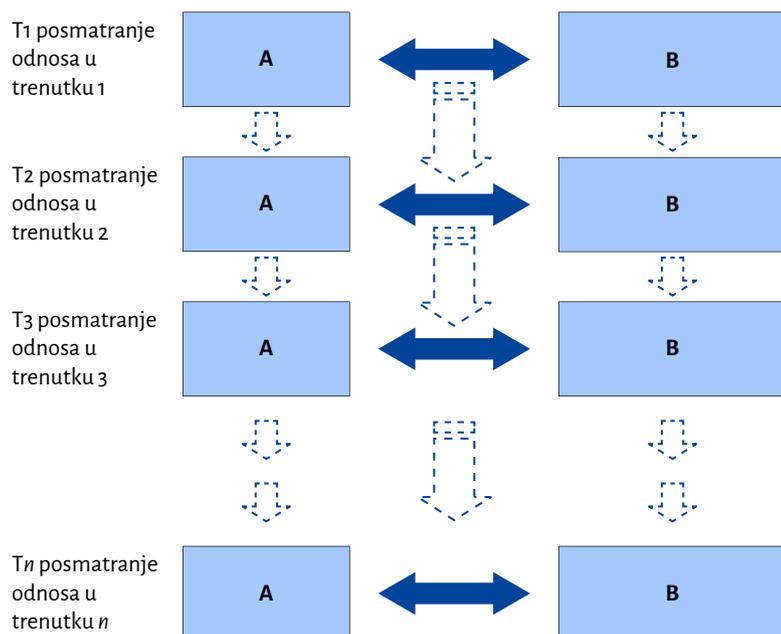
Uticaj turizma se često shvata kao jednosmeran uticaj ili jednodimenzionalan odnos.



Uticaj turizma je dvosmeran odnos, koji proističe iz shvatanja da ova delatnost ne samo da utiče na nešto, već utiče i na sebe samu.



Prepoznavanje uticaja turizma posredstvom promena i tokom vremena. A i B stalno utiču jedno na drugo (koevoluiraju), pri čemu je svako posmatranje stanje odnosa između njih.



▲ Slika 11. Karakter uticaja u turizmu

Izvor: Hall and Lew, 2009.

se razvijaju negativni stavovi obično je povezana sa brzim tempom turistički izazvanih promena. Iako je promena u prostoru uobičajena, brza promena otežava ljudima da se prilagode novom fizičkom, društvenom i ekonomskom okruženju. Poslednjih godina nagli rast turizma, infrastrukture i objekata u vezi sa turizmom je uticao na povećanje obima uočenih posledica turizma. Turizam se stoga ne razlikuje od bilo kog drugog oblika privrednog razvoja, u smislu njegovog potencijala u izazivanju promena, a ponekada se tvrdi da, kao privredna delatnost, može imati čak i veći doprinos u promenama. Na primer, to se može sagledati u kulturnim i društvenim odnosima, jer zajedničko stvaranje turističkog iskustva suštinski

zahteva društvenu razmenu (Cooper and Hall, 2008).

Nije teško pretpostaviti da se usled čestog pominjanja ekološkog, socio-kulturnog i ekonomskog okruženja životne sredine upravo ovi okviri koriste kao osnova za uspostavljanje sistematizacije u klasifikaciji uticaja turizma na životnu sredinu. Uticaji turizma na životnu sredinu se uglavnom dele u tri velike grupe: fizičke (ekološke), društveno-kulturne i ekonomske (Tabela 6), dok se po svom karakteru oni mogu ispoljiti na pozitivan ili negativan način (Hall and Page, 2014; Dwyer and Edwards, 2010; Cooper and Hall, 2008).

Uticaj turizma na fizičke elemente prostora se najčešće odnosi na analizu uticaja na prirodu, ekosisteme, staništa, biljni i životinjski svet i na promene odlika prirodnih predela. Kao najčešći uzročnici izmena u životnoj sredini analiziraju se: saobraćaj; zagađivanje vazduha, vode i zemljišta u destinaciji; izgradnja turističke infrastrukture i ponašanje turista koje namerno ili nenamerno može da izazove promene. Zatim, u gradovima i unutar ove grupe uticaja najčešće se spominju izmene u fizičkom okruženju spomeničkog i arhitektonskog nasleđa.

Društveno-kulturne konsekvence turističkog razvoja su isto tako složeni sistem unutar proučavanja uticaja turizma na životnu sredinu i to iz nekoliko razloga. Ove promene se ne odnose samo na veze između različitih aktera u turizmu (npr. kulture, zajednice, pojedinci), već i analiza jednog pojedinca može pokazati svu složenost ovih uticaja, jer je on, na primer, u jednom trenutku pružalac usluga, a u drugom posetilac. Turizam unutar jedne destinacije, ali i šire, turističke države, može da menja zajednicu stanovništva, njene običaje, kulturu, smisao i značenje, kako iz ugla negativnih posledica, tako i onda kada je reč o pozitivnim promenama.

Ekonomске promene pod uticajem razvoja turizma su dugo imale prioritet u proučavanjima, jer su prvo uočene, i to iz ugla pozitivnih uticaja. Tako je turizam važan faktor u bruto društvenom proizvodu nekih država, podstiče zaposlenost, utiče na ravnomerni regionalni razvoj unutar država. Na suprotnoj strani, turizam izaziva inflaciju i nerealne cene nekretnina, podrazumeva dodatne troškove u izgradnji infrastrukture.

**Tabela 6.** Vrste i karakter uticaja turizma na životnu sredinu i turističku destinaciju

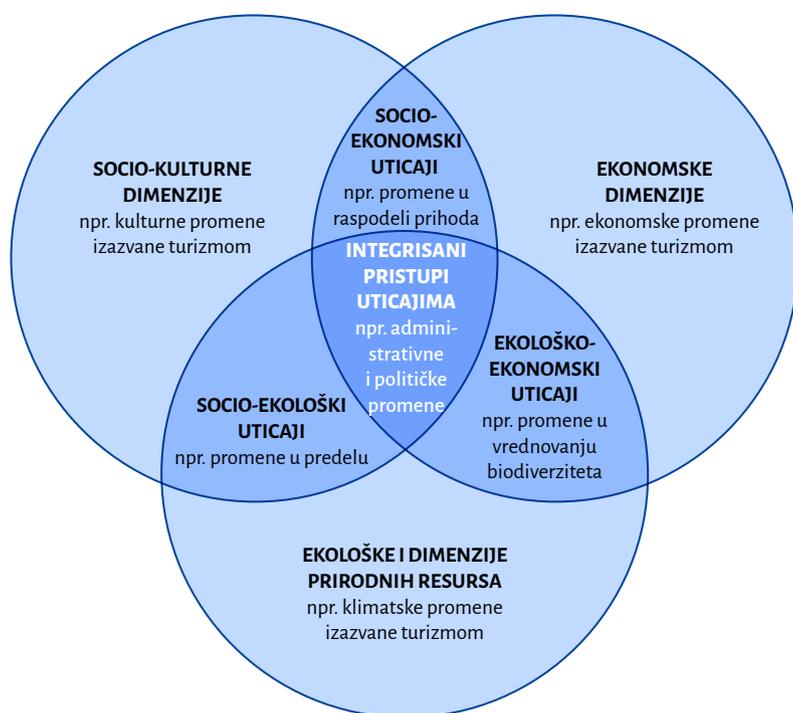
Vrsta uticaja	Pozitivni	Negativni
Fizički (ekološki)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Zaštita i upravljanje biodiverzitetom</li> <li>▶ Zaštita prirodnog nasleđa, ekosistema i staništa</li> <li>▶ Unapređenje lokalne infrastrukture, npr. savremena kanalizacija sprečava zagađivanje</li> <li>▶ Zaštita arhitektonskih vrednosti i kulturnog nasleđa</li> <li>▶ Upravljanje posetiocima</li> <li>▶ Unapređenje predeonih vrednosti i estetskih atributa destinacije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Narušavanje životne sredine i promene u prirodnim procesima</li> <li>▶ Zagađivanje vazduha, vode i zemljišta</li> <li>▶ Uništavanje staništa, ekosistema i unos stranih vrsta</li> <li>▶ Porast zagađivanja, uključujući i otpad</li> <li>▶ Emisija gasova staklene bašte i doprinos u klimatskim promenama</li> <li>▶ Degradacija nasleđa, arhitekture i predela</li> <li>▶ Prekomerni broj poseta</li> </ul>
Socio-kulturni	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Porast nivoa lokalnog učešća u dešavanjima, koja su u vezi sa turizmom</li> <li>▶ Osnaživanje kulturnih vrednosti i tradicije unutar destinacije</li> <li>▶ Eliminisanje etničkih i kulturnih predrasuda</li> <li>▶ Podsticanje lokalnog ponosa i građanskog aktivizma</li> <li>▶ Izloženost novim idejama kroz globalizaciju</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Komercijalizacija i komodifikacija aktivnosti koje su personalne i emotivne prirode</li> <li>▶ Promena toka događaja i aktivnosti da bi se prilagodilo turizmu</li> <li>▶ Porast kriminala (droga, prostitucija)</li> <li>▶ Socijalne i demografske promene u strukturama stanovništva</li> <li>▶ Konflikti između turista i lokalnog stanovništva</li> </ul>
Ekonomski	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Podrška razvoju udaljenih i perifernih krajeva</li> <li>▶ Mogućnost zaposlenja (naročito žena i marginalizovanih grupa)</li> <li>▶ Porast životnog standarda</li> <li>▶ Porast investicija u novim vidovima poslovanja</li> <li>▶ Razvoj malih preduzeća u lokalnom vlasništvu i diverzifikacija ekonomije</li> <li>▶ Stvaranje ekonomskih preduslova za zaštitu i očuvanje prirodne i kulturne baštine</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Podsticanje lokalne inflacije i nereálnih cena</li> <li>▶ Nerealne cene nekretnina</li> <li>▶ Ulaganje u turizam oduzima šansu za ulaganja u druge sektore privrede</li> <li>▶ Neadekvatna procena troškova za razvoj turizma</li> <li>▶ Gubitak lokalnog vlasništva</li> <li>▶ Nepoželjni troškovi, uključujući saobraćaj, fondove za zdravlje i obrazovanje</li> </ul>

Izvor: Hall and Page, 2014; Dwyer and Edwards, 2010; Cooper and Hall, 2008.

Za razumevanje uticaja turizma na životnu sredinu, korisno je usvojiti holistički pristup unutar svake analize. Okruženje, bilo da je definisano kao fizički, ekonomski ili društveni entitet, obično podrazumeva složeni sistem u kome postoje međusobne veze, koje proširuju uticaje i promene daleko izvan njihovih početnih uzroka. Pored toga, uticaji često imaju kumulativnu dimenziju u kojoj alternativni uzroci i sekundarni procesi pojačavaju posledice promena. Tretiranje pojedinačnih problema izolovano zanemaruje verovatnoću da postoje složeniji uzroci i uticaji, koji su veći od zbira pojedinačnih delova nekog sistema. Na primer, turisti koji gaze vegetaciju mogu prouzrokovati kolaps celokupnog ekosistema. Prednost holističkog pristupa je i u tome što nas podstiče da insistiramo na uravnoteženom posmatranju i analiziranju odnosa između turizma i životne sredine. Na primer, prisutna je sklonost da se fokusiramo na očiglednije jednokratne primere negativnih i štetnih uticaja koje turizam može da ima, ali pošto turizam i

životna sredina figuriraju u simbiozi, onda postoje i brojni pozitivni efekti njegovog razvoja. Ovo obuhvata i pozitivne akcije zaštite i unapređenja životne sredine, kao i stvarno ulaganje u životnu sredinu. Najzad, prednost holističkog pristupa je i u tome što prepoznaje širinu pojma životna sredina i činjenicu da će različite vrste uticaja verovatno biti prisutne (Williams and Lew, 2015). Holistički pristup u tumačenju uticaja turizma je i vrsta odgovora na zahteve koje postavlja teorija i praksa održivog razvoja, jer on još od vremena Brundtland izveštaja počiva na principu „holističkog planiranja i strategija“ (WCDE, 1987). Složenost uticaja turizma se tako vidi i unutar matrice osnovnih principa održivog razvoja: društvenom, ekonomskom i ekološkom. Unutar svake od ovih grupa se prepoznaju i različiti uticaji od strane turizma, koji dodatno postaju složeniji unutar podskupova i preklapanja svakog od principa (Slika 12).

Bez obzira na sve pokušaje da se klasifikuju uticaji turizma na životnu sredinu, raznolikost



► **Slika 12.** Dimenzije uticaja turizma na životnu sredinu  
Izvor: Hall and Lew, 2009.

karaktera takvog uticaja i ozbiljnost problema geografski variraju i to iz više razloga:

- Dok studije uticaja često postavljaju turizam kao homogenu aktivnost, koja ima dosledne i zajedničke rezultate, u stvarnosti je drugačije, jer postoji mnogo različitih oblika turizma i tipova turista. Na primer, masovni turisti koji hrle na obalu Španije će verovatno stvoriti mnogo širi i potencijalno ozbiljniji spektar uticaja od malih grupa istraživača koji planinare u Nepal u Indoneziji. Paradoksalno, ali tamo gde su masovni oblici turizma dobro isplanirani i adekvatno opremljeni, negativne posledice po životnu sredinu mogu biti manje izražene u odnosu na one što ih stvara mali broj turista koji posećuju nepripremljene lokacije za turizam. Na primer, iscrpljivanje zalih ogrevnog drveta i veliki problemi sa otpadom su značajna pitanja duž mnogih turističko-pešačkih staza na Himalajima.
- Važno je uzeti u obzir vremenske dimenzije razvoja turizma. U mnogim delovima sveta turizam je sezonska aktivnost, koja vrši pritisak na životnu sredinu tokom jednog dela godine, a zatim otpočinje sezona mirovanja, u kojoj je moguć određeni stepen oporavka životne sredine. Dakle, postoje razlike između kratkoročnih ili privremenih uticaja na životnu sredinu, koji se mogu

u velikoj meri podudarati sa turističkom sezonom (kao što je zagađenje vazduha pod uticajem saobraćaja) i dugoročnih ili trajnih efekata gde su narušeni ekološki kapaciteti i načinjene nepovratne promene (npr. smanjenje obima biodiverziteta kroz neprimerene aktivnosti od strane posetilaca).

- Različite vrste uticaja proizilaze iz karaktera turističke destinacije. Neki prostori (npr. urbana područja) mogu da podnesu veoma visok nivo poseta, jer ih njihova izgrađena infrastruktura čini relativno otpornim, a možda i zato što poseduju dobre organizacione strukture (npr. planiranje i preduzetničko iskustvo), koje omogućavaju efikasno pružanje usluga posetiocima. Nasuprot tome, druga mesta su mnogo manje otporna i više krhka, a dešava se da su zahvaljujući nekim trendovima turistički veoma atraktivna i posećena. Na primer, obale i planinski predeli su popularne turističke destinacije, koje su i često ekološki ranjive. Najzad, čak i kulturni resursi mogu da stradaju od turističkih ekscesa (npr. Stounhendž u Engleskoj, Partenon u Grčkoj i Tutankamonova grobnica u Egiptu) (Williams and Lew, 2015).

Degradacija, zagađivanje i zaštita životne sredine su važna i nezaobilazna pitanja za savremeno društvo, ali nažalost istraživanja o uticaju turizma na životnu sredinu ili turističku destinaciju, još uvek nisu dovoljno prisutna i razvijena. Saznanja o uticaju turizma na prostor i životnu sredinu turističke destinacije su ograničena iz više razloga:

- istraživanja su relativno nerazvijena, a istinski multidisciplinarni pristup u ovoj oblasti još nije usavršen;
- proučavanja uticaja turizma na životnu sredinu preduzimaju se tek onda kada se nešto dogodi, pa je teško formirati bazu monitoringa promene;
- nije uvek jednostavno odvojiti uticaje turizma od efekata drugih ekonomskih aktivnosti, antropogenih faktora i prirodnih uzročnika, koji su takođe činilac izmena u životnoj sredini;
- teško je odvojiti uticaje turista od onih koji su posledica delovanja lokalnog stanovništva;

- posledice se ponekad mogu teško proceniti zato što razvoj turizma podrazumeva kumulativne konsekvence;
- složenost, jedinstvo i neraskidivi spoj različitih elemenata životne sredine važi i u slučaju uticaja turizma. Na primer, efekat zagađivanja vazduha u vezi sa saobraćajem i turizmom može doprineti efektu kiselih kiša, koje uništavaju šume (Holden, 2008);
- prisutan je nedostatak informacija koje se tiču stanja resursa pre turističkog razvoja, kao i kriterijuma pomoću koga će promena biti izmerena i
- striktna upućenost istraživača samo na pojedine primarne resurse, kao što su plaže i planine, odnosno, zanemarivanje nekih drugih prostora (Mathieson and Wall, 1982).

Da bi se odgovorilo na sve izazove, u budućnosti treba dodatno raditi na podsticanju multidisciplinarnog pristupa u proučavanju uticaja turizma na životnu sredinu turističkih destinacija i centara, jer svaka disciplina može dati odgovore na važna pitanja samo unutar svoje oblasti istraživanja. Pitanja uticaja turizma moraju biti integralni deo planiranja održivog turizma i unutar toga svaki uticaj mora biti povezan sa konkretnim tehnikama planiranja i organizacije turizma (npr. noseći kapacitet, upravljanje posetiocima, procena uticaja i druge). Donosioci odluka u turizmu i svi drugi turistički radnici moraju duboko biti svesni uticaja koje turizam realizuje i, u skladu s tim, svaku svoju aktivnost moraju prilagoditi težnji za podsticanjem pozitivnih i minimizovanjem negativnih uticaja.

## FIZIČKI (EKOLOŠKI) UTICAJI TURIZMA

Fizičko okruženje je kao resursna baza ili turistička atraktivnost od izuzetnog značaja za razvoj turizma. Delom i zbog toga proističe potreba za proučavanjima uticaja turizma na fizičke elemente geografskog prostora, koji se, zbog njihove suštine, nazivaju još i ekološkim uticajima turizma. Ovi uticaji se mogu grupisati prema preovlađujućim karakteristikama predela unutar turističkih destinacija, pa se odatle posebno proučavaju i analiziraju u slučaju priobalnih planinskih, ruralnih i gradskih destinacija.

### Uticaj turizma na priobalne predele

Odmarališta na obalama mora su otvarana kao preteča današnjih turističkih destinacija još u vreme Rimskog carstva, ali su postala više važna u Evropi, Severnoj Americi i Australiji tek od početka Industrijske revolucije. Ograničenja u tehnologiji 19. veka, kao i mali prihodi i suženi opseg slobodnog vremena, limitirali su razvoj ovih odmarališta kao domaćih priobalnih destinacija i to u blizini rastućih urbanih centara. Međutim, izuzetan razvoj vazdušnog saobraćaja u 20. veku, u kombinaciji sa ukupnim razvojem i promenama društvenih opažanja, uticao je na ekspanziju turizma

u priobalnim letovalištim. Ova moderna faza ekspanzije je u vezi sa tzv. 3S turizmom (more [sea], pesak [sand] i sunce [sun]) i u početku je zahvatila toplije priobalne regije razvijenijih zemalja (npr. Francusku, Italiju i Španiju). Razvoj ovog oblika turizma se zatim proširio na južne obale Brazila, australijsku Zlatnu obalu i japansko ostrvo Okinava, istočni deo Mediterana, Karibe, obale Atlantskog okeana, južnog Pacifika i Indijskog okeana (Weaver and Lawton, 2014). Tako je turizam u odmaralištima na obalama mora i okeana postao dominantan oblik turističkih kretanja u svetu, sa najvećim udelom u ukupno ostvarenom prometu i bez nagoveštaja da bi to moglo biti promenjeno u budućnosti.

U poslednje vreme, brojne rasprave i diskusije o značaju priobalnih krajeva za razvoj turizma su značajno unapređene stavom o obalama mora i okeana kao značajnom segmentu životne sredine. Priobalni predeli zahvataju vredne ekosisteme, staništa biljnih i životinjskih vrsta, značajne oblike geodiverziteta i geonasleđa (na primer, ekološka raznovrsnost obala Kenije obuhvata koralne grebene, morsku travu, šume morskih algi, mangrove, pešćane dine i tropske šume u kontinentalnom delu obale). Pri tom, razvoj turizma unutar si-

stema životne sredine priobalnih krajeva se odvija samo u određenim zonama i preciznim vremenskim periodima, što u ovom slučaju ističe neophodnost dobrog upravljanja prirodnim resursima i životnom sredinom na konkretnim lokacijama i u tačno određenom vremenu.

Prema Nemačkoj saveznoj agenciji za zaštitu prirode, dominantne priobalne regije, od turističkog značaja, u svetu su: basen Sredozemnog mora (Mediteran), Karibi, Meksički zaliv, ostrva u Indijskom okeanu, Australazija i ostrva u Tihom okeanu. U ovom kontekstu, priobalni krajevi za razvoj turizma su deo globalnog ekološkog pitanja, koje je složeno, raznoliko i ne svodi se samo na odmarališta na plaži, kao što je stručna diskusija do sada aludirala na to. Priobalni tipovi životne sredine u turističkim destinacijama mogu se kategorisati na sledeći način: (1) okeanska ostrva; (2) koralni grebeni; (3) priobalne vode; (4) mangrove; (5) priobalna vlažna staništa; (6) peščane plaže i (7) priobalne dine. Svaki od nabrojanih tipova je podložan određenim prirodnim procesima degradacije, čak i pre nego što čovek otpočne sa degradacijom i zagađivanjem. Glavni procesi erozije i sedimentacije u Evropi, povezani sa prirodnim procesima, uključuju: (1) dejstvo talasa i plime; (2) geomorfološke faktore (npr. reke koje utiču na svoje delte); (3) meteorološke faktore (npr. vetar i oluja); (4) promene nivoa mora i (5) geološke procese (npr. seizmička i vulkanska aktivnost) (Hall and Page, 2014).

U najvažnije posledice zagađivanja i degradacije životne sredine priobalnih predela pod uticajem čoveka ubrajaju se:

- **Zagađivanje vode.** Kvalitet vode je od ključnog značaja za uspešnost turizma priobalnih predela, jer je voda veoma važan turistički resurs. Ipak, nisu sve plaže priobalnih krajeva omiljene turistima, na šta prvenstveno utiče njihova geološka podloga i mutnoća vode u čemu je njen fizički i hemijski sastav od presudnog značaja (Weaver and Lawton, 2014).

Voda je rekreativna osnova za veliki broj aktivnosti: kupanje, plivanje, ronjenje, jedrenje, veslanje, skijanje na vodi ili ribolov. Sve ove aktivnosti obavljaju se na vodi, u vodi ili uz vodu. Voda lošeg kvaliteta umanjuje rekreativne i estetske vrednosti nekog

prostora, a pored toga može da izazove i neke druge probleme, pogotovo u slučaju kada je neupotrebljiva za piće. U nekim slučajevima takve promene su na kraju uticale i na turizam. U delovima Sredozemnog mora, a posebno Jadranskog mora, izlivanje loše prečišćene vode iz kanalizacije, zajedno sa uticajem prodiranja poljoprivrednog đubriva u vodotoke, koji se na kraju ulivaju u more, stvorilo je uslove za eutrofikaciju vode (koja predstavlja proces prekomernog obogaćivanja hranljivim materijama). Ishod je bio i više nego očigledan u pojavi cvetanja algi, koje osvajaju priobalne krajeve u letnjim mesecima, smanjujući tako atraktivnost predela za razvoj turizma i turističku potražnju. Zagađivanje vode je bilo posebno uočljivo u oblastima masovnog turizma gde se turistička privreda razvijala tempom koji je brži nego što je lokalna infrastruktura mogla da joj parira (npr. u turističkim centrima Španije i Kine). U 2004. godini Evropska agencija za životnu sredinu je izvestila da je čak 96% plaža u Evropi u skladu sa tek minimalnim obaveznim standardima Evropske unije, a koji se odnose na fekalnu kontaminaciju voda za kupanje. Rastući pritisci stanovništva i industrijalizacije su dva glavna izazova za održavanje kvaliteta vode. Tako, na primer, dok je Grčka postigla 98% usklađenosti sa preporučenim standardima Evropske unije, Velika Britanija je uspela sa samo 75%, dok je Belgija postigla samo 18% (Williams and Lew, 2015). Situacija je još teža u zemljama trećeg sveta.

Na Maldivima i Sejšelimima hotelski menadžment se po pitanju usluga, cena i komfora orijentiše po zapadnim merilima, dok je briga o životnoj sredini po merilima lokalnih običaja. Prljava voda bez prečišćavanja ide direktno u more izazivajući zagađenje pogubno po koralne grebene. U hotelima na Maldivima otpadna voda se odlaže u septičke jame. Pošto se kasnije infiltrira kroz zemljište, lako dolazi do podzemnih voda pa je njeno korišćenje nemoguće bez prethodnog tretmana. Slična situacija je zabeležena na Sejšelimima i Lanzaroteu. Posebno je primetna potrošnja za potrebe bazena, parkova oko hotela i golf terena.

U već pomenutoj Goi, potrošnja vode luksuznih hotela iznosi od 100.000 do 400.000 litara dnevno. U oazama Tunisa se za potrebe turizma po osobi i u jednom danu potroši 670 litara vode. U Tabarki, na obali Sredozemnog mora u Tunisu, troši se 400 litara vode po osobi i u danu, ali uz to dolazi i 3.600.000 litara za navodnjavanje golf terena od 110 hektara. Situacija je posebno ozbiljna tamo gde je zbog potrošnje ugroženo vodosnabdevanje lokalnog stanovništva, pa se uticaji turizma na životnu sredinu dodatno komplikuju (Müller, 2004).

- **Uznemiravanje i uništavanje biljnog i životinjskog sveta.** Obale mora i okeana u turističkim destinacijama tropskih, subtropskih, zatim toplijih krajeva umernih geografskih širina, veoma su često u grupi vrućih tačaka biodiverziteta. Biljni i životinjski svet priobalnih krajeva je bogat i mnoge destinacije su to uvidele kao prednost za unapređenje turističke ponude (npr. posmatranje ptica, poseta zaštićenim područjima, eko-izleti). Međutim, biljni i životinjski svet je veoma često na meti masovnog turizma. Na primer, na grčkom ostrvu Zakintos nalazi se najvažnije gnezdište posebne vrste kornjača u basenu Sredozemnog mora. Najznačajnija staništa su smeštena u priobalnim plićacima, koji istovremeno privlače i brojne turiste. Od 1979. godine, kada je proglašena kao ugrožena, populacija se konstantno smanjivala. Na takav trend uticala je nekolicina prirodnih opasnosti, uključujući variranje klimatskih uslova, prilično širok opseg prirodnih predatora, ali i razvoj turizma, koji je označen kao jedna od najvećih pretnji po ovu vrstu (Prilog 5).
- **Degradacija obale i priobalnog geodiverziteta.** Geološke i geomorfološke karakteristike predstavljaju osnovu na kojoj počiva životna sredina priobalnih predela. Zbog toga, razvoj turizma u ovim destinacijama mora biti u skladu sa ekološkim principima, jer u protivnom može doći do degradacije obale (Slika 13). Fizičke karakteristike onih obala koje imaju rastresitu geološku podlogu (npr. peščane plaže), moraju biti u fokusu pažnje geologa i geomorfologa, a posebno onda kada je reč o zakonitostima transporta ero-

diranih čestica eolskih sedimenata. U slučaju planiranja i razvoja turizma, informacije o prirodno izazvanoj eroziji mogu biti od posebnog značaja za stvaranje okruženja održivog razvoja turizma, koji ne degradira prirodne resurse. U suprotnom, intervencija, usled devastacije, a posebno u slučaju priobalnih dina, može biti skupa strategija. Naime, dine su najviše prepoznatljiv detalj abiotičke sredine priobalnih destinacija. Njihovo uklanjanje može biti okidač za eroziju obale, pre svega, usled otvorenog mlata (udaranja) talasa. Na Floridi su, još početkom 20. veka, dine uklanjane da bi se iz kuća za odmor mogao pružiti otvoreni pogled na okean. Veoma brzo vlasnici su postali vesni aktivirane erozije i otpočeli su sa merama i akcijama zaštite, koje nisu bile zvanično odobrene, estetski prikladne i efikasne. Florida je ubrzo pretvorena u prirodnu laboratoriju za ispitivanje mera zaštite za odbranu od erozije, od kojih nisu baš sve bile tako uspešne. Do 1980. godine, od 870 kilometara obale Floride, više od 40% obale pod peščanim dinama je bilo ugroženo, a taj broj je dodatno porastao do 2010. godine. Slična situacija je i u Evropi. U sredozemnom priobalju Španije i Francuske, između 1900. i 1990. godine, došlo je do gubitka 75% peščanih dina zbog gubitka peska. Istraživači sugerišu da je pritisak posetilaca povećavao degradaciju i ranjivost dina, naglašavajući potrebu za pomnim praćenjem uticaja i promena u morfologiji dina. Destabilizujući efekat usled rekreativnog i turističkog korišćenja dina je dokazan, što je jasan pokazatelj razmera problema u vezi sa turizmom, a koji najzad i zavisi od peska i plaže (Hall and Page, 2014).

Održivi turizam bi trebalo da bude sastavni deo strategije ekonomskog razvoja u ekološki raznovrsnim i osetljivim priobalnim područjima. Odnos prema prirodnom i izgrađenom okruženju morao bi biti ključ za balansiranje između očuvanja prirodnog, izgrađenog i društvenog okruženja, s jedne strane i dodate ekonomske vrednosti, s druge strane. Zato turizam u priobalnim krajevima, a posebno masovni turizam, mora biti dobro planiran i dobro vođen principima održivog turiz-

## Prilog 5. Uticaj turizma na životinjski svet: Slučaj ostrva Zakintos

Kornjače na Zakintosu se gnezde u špicu turističke sezone, na onim mestima koja su atraktivna i turistima. Na nesreću, turistički kapaciteti su udaljeni svega 10-15 metara od obale mora. Ovakva okolnost odrazila se na proces reprodukcije iz više razloga:

- ▶ neka gnezdišta nestala su direktno zbog razvoja neophodne turističke infrastrukture na plažama (tu spada i drveće u funkciji prirodnih suncobrana);
- ▶ ženke i mladunce, koji instinktivno idu prema moru, privlači i ometa u kretanju svetlost iz lokalnih barova, zbog čega ostaju nasukani daleko od mora;
- ▶ buka je faktor ometanja za mladunce;
- ▶ razna vozila na plaži redukuju neophodan kiseonik i tako ugrožavaju gnezda;
- ▶ u zagađenoj vodi kornjače konzumiraju plastične kese i ambalažu od hrane, pošto po obliku podsećaju na meduze, njihovu prirodnu hranu.

Inicijativa grčke vlade da se ograniči razvoj turizma kako bi se sačuvala vred-

na populacija nailazila je na brojne probleme. Težnja da se spreči razvoj i štetne aktivnosti izazvala je protivljenje kod lokalnog stanovništva, jer ono zavisi od turizma. Većina posetilaca je bila zainteresovana za očuvanje životinjskih staništa, ali svojim aktivnostima nije pokazivala spremnost na delu. Zbog toga je bilo i više nego neophodno obrazovanje u duhu očuvanja prirode kako za turiste, tako i za lokalno stanovništvo (Prunier et al., 1993).

Deo obrazovnog programa preuzelo je Mediteransko društvo za zaštitu morskih kornjača (The Mediterranean Society for the Preservation of the Sea Turtle – MEDASSET). Ovo udruženje je formiralo etički kodeks za posetioce, koji bi trebalo da pomogne u zaštiti značajnih staništa:

- ▶ Strogo je zabranjen boravak na plaži nakon zalaska sunca. U vreme noćnih sati kornjače izlaze iz mora kako bi položile jaja.
- ▶ Nemojte kopati pesak, pogotovo ne u višim delovima plaže.

- ▶ Nemojte koristiti one suncobrane, koji se moraju zabosti u pesak. Suncobrani će verovatno uništiti gnezda, jer menjaju temperaturu peska i tako utiču na stanje jaja pre izleganja.
- ▶ Nemojte dovoziti neka od vozila na plažu i dovesti pse koji bi mogli da kopaju pesak. Na početku leta kada izlaze iz mora kako bi se gnezdile, kornjače svojim kretanjem ostavljaju trag u pesku, kojim se ponovo vraćaju nazad u more. Igre na plaži je potrebno izbegavati, jer mogu zavarati mladunce u njihovom pokušaju da dođu do mora.
- ▶ Zabranjeno je koristiti svetlo u blizini mora. Ubedite vlasnike kuća, hotela i prodavnica da ugase ili smanje intenzitet svetla u blizini gnezda.
- ▶ Zabranjeno je uzimati mladunce i pomagati im na njihovom putu do mora. Važno je da oni budu samostalni u svojim pokušajima, bez obzira na to koliko je taj put po njih težak i neprijatan (Solman, 1999).

ma. Shodno tome, održivi razvoj turizma duž obale mora podrazumevati:

- dobre prakse upravljanja priobaljem;
- čist vazduh i vodu, očuvane ekosisteme;
- održavanje isključivo bezbednog okruženja za rekreaciju;
- obnovu plaže;
- ispravne politike očuvanja divljih životinja i staništa;
- zaštitu izgrađene sredine: istorijskog nasleđa i kulture i
- obrazovne programe za podizanje ekološke svesti, koji promovišu dobre prakse održivog turizma (Edgell, 2020).

Iako se mogu javiti diskusije i kontroverze o tome kako se ovi atributi najbolje mogu ostvariti, preduzeća, planeri, turisti, lokalne zajednice, neprofitni subjekti i obrazovne institucije – svi moraju imati udeo u radu na obezbeđivanju zdravog, čistog, bezbednog i dobro vođenog turizma priobalnih predela. Imperativ je razvijanje strategije za održavanje produktivnosti, ekonomije i društvenih vrednosti pri-

obalnih područja i zajednica. Sedam standarda, kako je gore navedeno, mogu poslužiti i kao komplementarne mere za procenu održivog turizma duž obale. Dodatne preporuke za razvoj održivog turizma priobalnih predela uključuju sledeće:

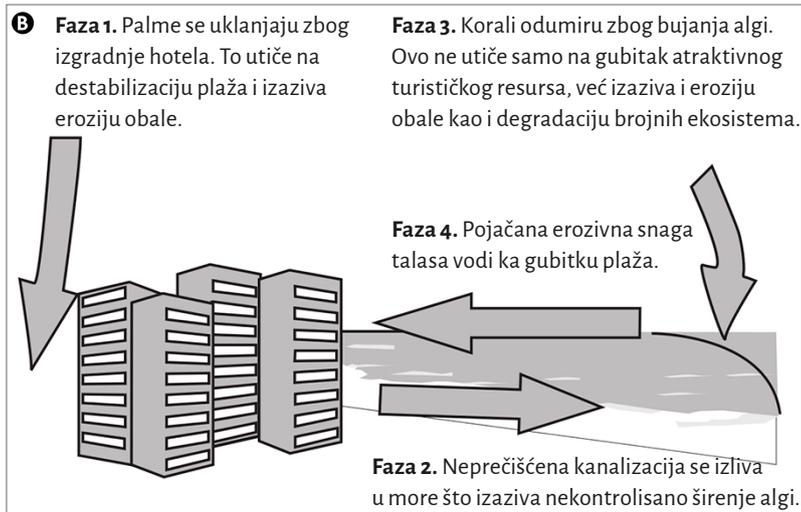
- uvesti dobre tehnike održivog upravljanja turizmom, rano, u fazama planiranja i razvoja turističkog projekta;
- priznati i koristiti inovativne metode za promociju i marketing održivog turizma tokom razvojne faze turističkog projekta;
- promovisati kvalitetan ekonomski rast, ekološki integritet i socio-kulturne aspekte održivog razvoja turizma tokom celog projekta;
- uključiti indikatore ranog upozorenja za održivi turizam u projekat kako bi se identifikovali problemi u nastajanju i kako bi se omogućile blagovremene korektivne mere i buduća prevencija (Edgell, 2020).

Pravovremeno informisanje turista o prirodnim vrednostima, staništima biljnih i ži-



**A** Palme doprinose atraktivnosti obale, a takođe stabilizuju obalsku liniju.

Koralni grebeni su drugi po bogatstvu biodiverziteta ekosistemi na planeti. Oni su značajna turistička atrakcija, a istovremeno štite obalsku liniju od erozije.



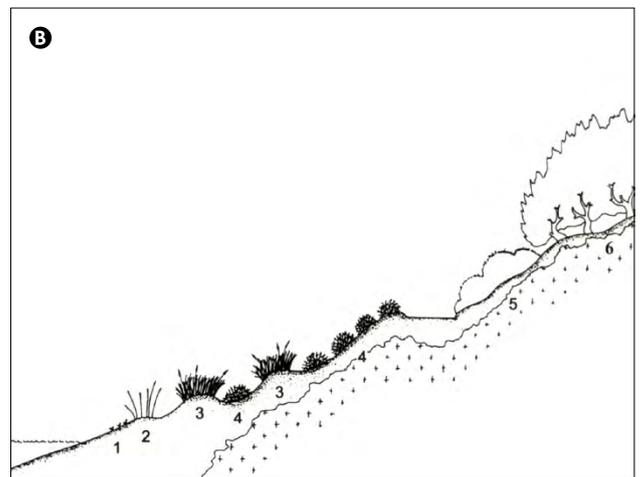
**B** **Faza 1.** Palme se uklanjaju zbog izgradnje hotela. To utiče na destabilizaciju plaža i izaziva eroziju obale.

**Faza 3.** Koralni odumiru zbog bujanja algi. Ovo ne utiče samo na gubitak atraktivnog turističkog resursa, već izaziva i eroziju obale kao i degradaciju brojnih ekosistema.

**Faza 4.** Pojačana erozivna snaga talasa vodi ka gubitku plaža.

**Faza 2.** Neprečišćena kanalizacija se izliva u more što izaziva nekontrolisano širenje algi.

▲ **Slika 13.** Životna sredina obale pre turističkog razvoja (A) i posledice razvoja turizma – degradacija (B)  
Izvor: Holden, 2008.



▲ **Slika 14.** Informisanje turista o biljnim staništima na plažama Nacionalnog parka „Madalena“ u Italiji – A. priobalni predeo kao nacionalni park; B. detalj interpretativne table o rasporedu biljnih zajednica (1. pojas niskih trava uz obalu, 2. vegetacija na embrionalnim dinama, 3. vegetacija na pokretnim dinama, 4. vegetacija na unutrašnjim stranama nepokretnih dina, 5. i 6. vegetacija garige i makije); Foto: V. Stojanović

votinskih vrsta, geodiverzitetu i ekosistemi-  
ma, može značajno pomoći u očuvanju životne  
sredine priobalnih predela. Postoji više nači-  
na za realizaciju ovog zadatka, a bez obzira na  
napredak tehnoloških platformi, pružanje po-  
dataka posredstvom informativnih i interpre-  
tativnih tabli, na samim lokalitetima borav-  
ka turista, nije izgubilo na svom značaju (Slika  
14). U mediteranskim destinacijama Italije i  
Francuske, vodećim turističkim državama  
sveta, turiste obavestavaju o raznim segmen-  
tima životne sredine i kodeksu ponašanja, koji  
neće ugroziti njene pojave i procese.

Najzad, da bi se izbegla erozija obale, estet-  
sko zagađivanje, zagađivanje vode, vazduha,  
buka, prekomerno korišćenje resursa, pogre-  
šan razvoj i potencijalni problemi usled kli-  
matskih promena i globalnog zagrevanja, ne-  
ophodno je imati pozitivnu turističku politiku,  
strateško planiranje i dobro upravljanje. Negati-  
vni uticaji i sukobi najčešće su posledica ne-  
poznavanja priobalnog okruženja i nedostatka  
planiranja (Edgell, 2020).

### Uticaj turizma na planinske predele

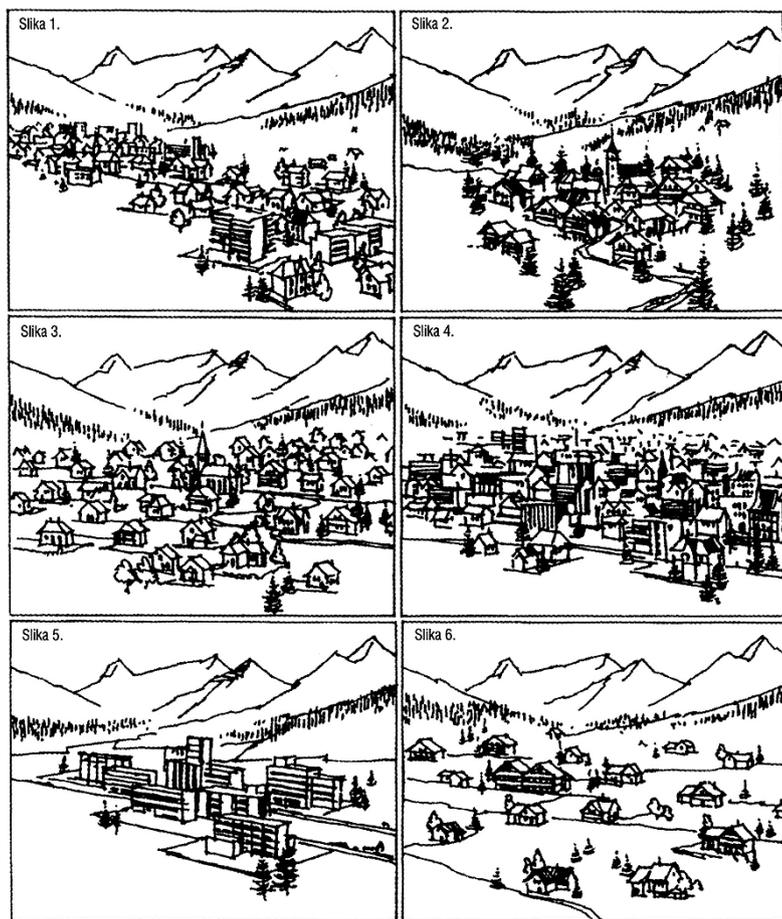
Priroda planina ilustruje promenljivu suštinu  
turističkih resursa. Planine su dugo opažane  
kao opasna pustoš u kojoj očitavaju razbojni-  
ci i divlje životinje. Tek je u periodu evropskog  
romantizma, na početku 19. veka, rehabilito-  
van stav o planinama kao poželjnim mestima

za provođenje slobodnog vremena. Od tada su Alpi, a nešto kasnije i Stenovite planine, popularno turističko odredište. Razvoj saobraćaja je u drugoj polovini 20. veka značajno približio planinske destinacije emitivnim centrima i to je značajno pomoglo njihov turistički razvoj u brojnim delovima sveta. Veoma cenjene destinacije, na globalnom ili nacionalnom nivou, od tada su: Apalači u SAD, Ural u Rusiji, Australijski Alpi, Južni Alpi na Novom Zelandu i Atlas u Africi (Weaver and Lawton, 2014).

Nakon priobalnih područja, planine su, prema popularnosti, druga turistička destinacija sveta. Kao što je turizam doveo do štetnih uticaja na životnu sredinu u priobalnim oblastima, on je, takođe, izazvao negativne uticaje na neke planinske ekosisteme. Planinske predele odlikuje sredina osjetljiva na promene, koju karakterišu kratak vegetacioni period – rezultat niskih temperatura i zemljišta male

dubine, sa odlikom nedostatka hranljivih materija. Kombinacija ovih faktora otežava naknadnu regeneraciju oštećene vegetacije (Holden, 2008). Pošto su odlike planinskog predela osnovni kapital u razvoju planinskog turizma, u razvijenim zemljama se posvećuje posebna pažnja istraživanjima uzajamne povezanosti vrednosti planinskih predela i stavova turista o stepenu njihove privlačnosti. Istraživanje stavova turista u Švajcarskoj je pokazalo da ih najviše privlači tradicionalno-seoski kultivisani predeo zbog svoje raznolikosti, strukture, bliskosti sa prirodom i posebnosti. Takva analiza se dovodi u vezu sa dilemom oko poželjnog stepena izgrađenosti nekog prostora. Uopšteno, on može biti: (1) prirodni predeo; (2) prirodni blizak, ali kultivisani predeo i (3) civilizacijski predeo, preoblikovan tehnikom i kulturom. Na pitanje koji su to predeli, prema stepenu izgradnje, turizmu najbliži, u istraživanju je dobijen odgovor kako su to delimično promenjeni predeli, koji poštuju postojeći prirodni okvir. Ovakvi stavovi su potvrđeni unutar projekta o „švajcarskoj koncepciji turizma“, gde je istraživanje sprovedeno na osnovu odabira slika poželjnih turističkih destinacija (Slika 15). Rezultati pokazuju da turisti znaju da prepoznaju i vrednuju prirodni blizak i blago kultivisani predeo (Müller, 2004).

Planinske oblasti su popularne za turizam zasnovan na fizičkim aktivnostima. Planinski venci, širom sveta, sve više se koriste za aktivnosti poput skijanja i snoubordinga, planinskog biciklizma, paraglajdinga, raftinga i trekinga. Posebno popularan oblik aktivnosti u planinskom turizmu se odnosi na zimske sportove, a pre svega, na skijanje. Osnivanje i širenje turistički orijentisanih skijališta velikih razmera počelo je šezdesetih godina 20. veka i nastavilo se tokom naredne decenije. Međutim, za razliku od većine drugih turističkih proizvoda, privredna aktivnost zasnovana na turističkom skijanju se konsoliduje i smanjuje od osamdesetih godina (npr. u SAD i Francuskoj). Broj skijališta je manji, ali su njihovi kapaciteti veći (Weaver, 2006), što može imati negativne implikacije po životnu sredinu turistički popularnih planina. Takođe, ekonomska korist u vezi sa zimskim sportovima uticala je na podsticanje njihovog razvoja kroz vladine politike u brojnim državama, što je istovre-



▲ **Slika 15.** Predlozi željenog izgleda mesta za odmor u alpskom prostoru (procenat ispitanika po izabranim crtežima: crtež 2 – 24,9%, crtež 6 – 23,9%, crtež 3 – 16,8%, crtež 1 – 12,8%, crtež 4 – 3,8%, crtež 5 – 2,2%)  
Izvor: Müller, 2004.

**Tabela 7.** Uticaj skijanja na životnu sredinu

Tip razvoja	Proces	Posledice
Priprema staze	Uklanjanje vegetacije i stena, dubine do 20 cm, kako bi se obezbedile naslage snega	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Gubitak ekosistema, npr. alpske vegetacije</li> <li>▶ Vizuelna degradacija – naročito u letnjim mesecima</li> </ul>
	Deforestacija planina	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Porast rizika od lavine</li> <li>▶ Povećani rizik od klizišta</li> <li>▶ Uznemiravanje divljih životinja (npr. crnog tetreba u francuskim Alpima i crvenog tetreba u Škotskoj)</li> </ul>
Instalacija uspinjače	U turističkim centrima se u inicijalnoj fazi razvoja asfaltiraju putevi za prevoz infrastrukture skijališnog turizma	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Narušavanje ekosistema – gubitak vegetacije; uznemiravanje divljih životinja i gubitak staništa</li> </ul>
	Upotreba teških kablova za instaliranje uspinjače	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Uginuće ptica u sudaru sa kablovima</li> </ul>
Oprema za pripremu veštačkog snega	Sve veća upotreba topova za veštački sneg, što utiče na veliku potrošnju vode, npr. za proizvodnju jednog hektara skijaške površine potrebno je 200.000 litara vode	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Povećana potrošnja vode – skretanje vode i snižavanje nivoa vode</li> <li>▶ Potrošnja energije</li> <li>▶ Zagađivanje bukom</li> <li>▶ Upotreba aditiva koji pomažu kristalizaciju vode u sneg, što dovodi do degradacije zemljišta</li> </ul>
Unapređen razvoj infrastrukture	Izgradnja dodatnih puteva za prevoz skijaša	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Promene u načinu korišćenja zemljišta; zagađivanje vazduha i buka</li> </ul>
	Hidroelektrične šeme	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Povećani nivo salinizacije u zemljištu izaziva gubitak biljnog sveta (npr. u Australijskim Alpima)</li> </ul>
Razvoj suprastrukture neophodne u destinaciji	Izgradnja hotelskih kompleksa i drugih uobičajenih sadržaja kao što su kafici, restorani, barovi	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Promene u načinu korišćenja zemljišta</li> <li>▶ Zagađivanje vazduha i vode</li> </ul>

Izvor: Holden, 2008.

meno analizirano i kao sredstvo za razvoj ruralnih područja u planinskim krajevima. Iako je razvoj skijališnog turizma pomogao u stvaranju ekonomskog napretka, u mnogim planinskim predelima, rezultirao je i brojnim negativnim posledicama po fizičko okruženje (Tabela 7).

Razvoj planinskog turizma zahteva izgradnju hotela, apartmana i prateće infrastrukture, stvarajući tako povećani pritisak na resurse zemljišta i staništa životinja (Prilog 6). Uklanjanje stabala radi trasiranja skijaških staza, osim što dovodi do gubitka staništa divljih životinja, takođe utiče i na promene obrasca i obima apsorpcije padavina od strane zemljišta. Seča stabala izaziva gubitak kohezije i stabilnosti zemljišta, u odsustvu korena drveća, pa je shodno tome planinska padina više sklona klizištima. Dalje, kombinovani efekat povećane količine izlučenih padavina koje teku preko površine neke padine, zatim njene oslabljene stabilnosti i sile gravitacije, dovodi do toga da planinska područja postaju još više podložna klizištima. Efekti ovih klizišta mogu biti pri-

lično dramatični, uključujući i gubitak ljudskih života. Na primer, lavine blata koje su zahvatile obronke planina tokom leta 1987. u severnoj Italiji i južnoj Švajcarskoj, kada je poginulo šezdeset ljudi, 7.000 ostalo bez krova nad glavom, a pedeset gradova i sela porušeno, prouzrokovane su sečom planinskih šuma zbog razvoja skijališnog turizma (Holden, 2008).

U zemljama u razvoju, turizam takođe ostvaruje uticaj na životnu sredinu u planinskim oblastima. Na primer, u oblasti Anapurne u Nepal, turizam je razvijen kao alat za ublažavanje siromaštva i pomoć u očuvanju životne sredine. Međutim, iako je to pomoglo u poboljšanju ekonomskog i društvenog blagostanja, postoje kontroverze u vezi s tim – koliko je sve to prouzrokovalo probleme u životnoj sredini, posebno kada se radi o krčenju šuma.

Da bi se izbegle negativne posledice uticaja turizma na planine, pokrenute su brojne istraživačke studije i akcije za zaštitu planinskih predela. Jedan od pozitivnih primera su i Alpi, kao najpoznatija planinska turistička destinacija u Evropi. Zaštita ovog planinskog

## Prilog 6. Razvoj turizma na Kopaoniku, u rasponu od planova do neodrživog turizma

Nacionalni park „Kopaonik“ obuhvata najviši (Pančićev vrh, 2.017 metara) i ujedno najljepši deo istoimenog masiva i planine, duž administrativne linije između Centralne Srbije i Kosova. Reljef planine je složen i dinamičan. U zimskim mesecima Kopaonik je prekriven obimnim snežnim pokrivačem. Niz planinske padine teku brojni potoci. Floru Kopaonika čini 1.500 vrsta, od kojih je 91 endemska. Kopaonik je, ujedno, i jedna od najznačajnijih turističkih destinacija u Srbiji, pre svega zbog povoljnih uslova za razvoj zimskog skijaškog turizma. Nažalost, obim izgrađene turističke infrastrukture i tempo razvoja turizma menjaju prirodne vrednosti ove planine (Stojanović et al., 2022).

Razvoj turizma na Kopaoniku je od osamdesetih godina bio usmeren na ekskluzivni i visokopotrošni zimsko-sportski (skijaški) turizam. Ovakva razvojna orijentacija je uslovlila masovnu izgradnju smeštajnih kapaciteta visokog komfora, ali neravnomerno prostorno raspoređenih. Njihova najveća koncentracija je na području Ravnog Kopaonika, u centralnom lokalitetu Suvo Rudište, na nadmorskoj visini od 1.800 metara. Iako se radi o najkvalitetnijem delu planine za skijanje, gde se nalaze najbolji skijaški tereni, ovo je istovremeno i ekološki najosetljiviji deo planine (Jovičić, 1997). S vremenom, ocene o neodrživosti razvoja turizma se nisu menjale, pa je Kopaonik i dalje analiziran kao destinaci-

ja u kojoj se ne poštuje noseći kapacitet, a primena indikatora održivog razvoja Evropske unije potvrdila je kako je neophodno raditi više na usklađivanju načela održivog razvoja turizma i stvarnog stanja na terenu (Jovičić, 2000).

misane planine u Srbiji nisu ukazali na tendenciju razvoja ekoloških načela turizma, pa se Kopaonik povremeno suočavao sa nedostatkom vode i struje, dok je odsustvo kanalizacije izazivalo neprijatne mirise zbog izlivenih septič-



▲ Slika 16. Nacionalni park „Kopaonik“ – između zaštite prirode, skijaških staza i masovnog turizma

Foto: V. Stojanović

Prema Strategiji razvoja turizma Republike Srbije (2016-2025), ključne atraktivnosti Kopaonika su prirodne i kulturne vrednosti, a dominantne turističke aktivnosti, pored zimskih sportova, ekoturizam i turizam posebnih interesa. Ipak, izveštaji sa turistički najviše afir-

kih jama. Simbol kulminirajuće nelegalne izgradnje je u jednom momentu bio i ugostiteljski objekat od 1.000 m<sup>2</sup>, u granicama Nacionalnog parka „Kopaonik“, dok istovremeno nadležni državni organi nisu pronalazili rešenje da se objekat potpuno ukloni.

masiva dugo je imala isključivo nacionalni karakter unutar alpskih država, ali je koncepcija osamdesetih godina 20. veka vidno napredovala, kroz uvođenje koncepta zaštite na međunarodnom nivou, odnosno, jedinstva u međusobnoj saradnji svih alpskih zemalja. Tako je došlo do usvajanja Konvencije o Alpima, gde su važnu ulogu odigrali Evropski parlament, Međunarodna komisija za zaštitu Alpa (CIPRA) i Radna zajednica zemalja srednjih Alpa ARGE ALP. Na prvoj konferenciji o Alpima 1989. doneta je Rezolucija o zaštiti Alpa koja sadrži 89 tačaka i koja se temelji na nacionalnim izveštajima o zaštiti životne sredine u alpskim državama. Na drugoj konferenciji o Al-

pima 1991. Konvenciju o Alpima su potpisale Austrija, Francuska, Italija, Lihtenštajn, Švajcarska, Nemačka i Evropska unija. Ista je stupila na snagu 1995. nakon što su je ratifikovale Nemačka, Austrija i Lihtenštajn. Konvencija predstavlja okvirni ugovor. Pojedinačne mere za zaštitu Alpa i podsticanje održivog razvoja regulišu se takozvanim protokolima. Postoji osam protokola: (1) planinska poljoprivreda, (2) zaštita prirode i predela, (3) prostorno planiranje i održivi razvoj, (4) planinska šuma, (5) turizam, (6) saobraćaj, (7) energija i (8) zaštita zemljišta (Müller, 2004).

Protokol o turizmu u prvom redu ima za cilj harmonizaciju turističkih i rekreativnih aktiv-

nosti sa ekološkim i društvenim zahtevima. Njime se podstiče ekološki prihvatljiva turistička ponuda u ruralnim predelima. Prednost se daje onim oblicima turizma koji nemaju štetne uticaje na prirodu i lokalne zajednice. Protokol dalje ističe da se uspinjače i žičare moraju graditi u skladu sa ekološkim zahtevima, a ne samo kroz poštovanje kriterijuma sigurnosti i ekonomičnosti. Saobraćaj turističkih destinacija mora biti ograničen. Investitori i organizatori turizma moraju paziti da se gradnja, održavanje i pogon skijaških staza odvija što je moguće pažljivije u odnosu prema prirodnom predelu. Konačno, sportske aktivnosti ne smeju štetiti životnoj sredini, a motorizovane vrste sportova moraju biti ograničene (Müller, 2004).

U cilju sprečavanja daljeg razvoja masovnog turizma u ekološki visoko vrednim planinskim predelima, posebno u svetlu potencijalnog negativnog uticaja klimatskih promena na skijališni turizam i očuvanje područja, koja nisu degradirana turističkom infrastrukturom, država, kao najmoćniji koordinator korišćenja zemljišta, mora da ograniči ekspanziju zimskog sportskog turizma i uravnoteži svoje interese sa zahtevima drugih zainteresovanih strana (npr. sa poljoprivrednicima, ekolozima i drugim rekreativcima na otvorenom). Problem se ogleda i u tome što skijališni turizam povlači za sobom komercijalnu upotrebu zemljišta, koja se isplati investitorima i vlasnicima zemljišta, dok, na primer, zaštita prirode nije u takvoj poziciji, čak i onda kada je poznato da društvo u celini ima veliku korist od planinskih oblasti (npr. usluge ekosistema – prečišćavanje vode) (Nischik et al., 2019). Zato je neophodno dodatno istaći značaj i prednost zaštite prirode u odnosu na sve vidove komercijalnog korišćenja prirodnih resursa i pokrenuti zakonske i praktične mehanizme, koji će sprečiti degradaciju prirodnih resursa planina u postupku razvoja svih oblika turizma, a posebno masovnog skijališnog turizma.

### Uticaj turizma na ruralne predele

Ruralni turizam je složena delatnost koja nije zasnovana isključivo na poljoprivrednim imanjima, već obuhvata odmor u prirodi, ekoturizam, kao i brojne druge aktivnosti poput

šetnje, trekinga, jahanja, avanture, sporta, lova, ribolova, obrazovnih putovanja, umetnosti, kulturnog turizma i etno-turizma (Edgell, 2020). Svaka od ovih aktivnosti odvija se u ruralnim krajevima, koji, po pravilu, imaju malu gustinu naseljenosti, prirodno okruženje, slabo razvijenu infrastrukturu, izgrađene objekte malih gabarita i najzad uslove društvene organizacije u kojoj preovlađuju jake individualne aktivnosti.

Popularnost turističkih destinacija ruralnog turizma proističe iz njihovog imidža. Smatra se da simbolično značenje ruralnog predela kao netaknutog, izvornog i očuvanog, dolazi od istorijsko-civilizacijske reakcije na industrijalizaciju i urbanizaciju. Ipak, pastoralni imidž ruralnih krajeva potiče i od ranije. Najzad, okolnosti savremenog života u kome, mahom u gradskim područjima, preovlađuje stres, brzi način života i nedostatak autentičnosti, uticale su na to da se pojam ruralno poistovećuje sa prirodnijim, uzvišenijim i sporijim u odnosu na ono što podrazumeva pojam urbano. Ruralna idila je tako postala spoj romantičnog, nostalgije, nasleđa, prirode i kulture, istina više u stavovima turista, a manje u stvarnosti.

Društvena interpretacija ruralnih predela ima i širu dimenziju. To je posebno uočljivo u situacijama kada im strani turisti pripisuju kulturološki značaj. Turisti sa zapada vide manje razvijene zemlje kao više tradicionalne u odnosu na zemlje iz kojih oni dolaze. Posledica takvog stava sadržana je u činjenici da mnoge države i regije plasiraju i prodaju turistima svoj turistički proizvod zahvaljujući pojačanom imidžu autentične ruralnosti. Smatra se da takav imidž podmiruje društvenu interpretaciju posetilaca, pre nego stvarnu realnost dotične destinacije. Postavlja se pitanje koliko će ovakve interpretacije stvarno doprineti stepenu zadovoljstva turista i koliko one mogu biti negativne po lokalno stanovništvo, koje se eventualno ne uklapa u predstave sa kojima turisti dolaze.

Uticaj turizma i rekreacije na destinacije ruralnih predela bio je u fokusu u prethodnih nekoliko decenija. Mnoga empirijska istraživanja u prvim godinama tog trenda su bila povezana sa ekonomskim efektima koje je turizam doneo stanovništvu ruralnih krajeva. Nakon

toga su usledila i istraživanja u sferi uticaja na ekološke segmente prostora, sa akcentom na nacionalne parkove i ostale vidove zaštićenih područja, koja se, pre svega, nalaze u ruralnim krajevima. Neka istraživanja su posvećena društvenim i kulturnim uticajima turizma na lokalno stanovništvo i reakciji koja je proistekla iz tih uticaja (Butler, 1998).

Ruralni predeli su podložni promenama i one se dešavaju kako pod uticajem drugih delatnosti, tako i pod uticajem turizma. Na zapadu je porast agrobiznisa i pad u tradicionalnoj porodičnoj poljoprivredi izazvao iznenađujuće promene u karakteru i funkcionisanju seoskih gazdinstava i ruralnog predela. Posledice se sagledavaju u promeni brojnih resursa, koje se mogu okarakterisati kao:

- endogene – poput politike podržavanja multikulturalnosti; smanjenja broja stanovnika, naročito mlađeg obrazovanog stanovništva; povećanja prosečne starosti stanovništva; povećanog slobodnog vremena i promena porodične strukture i
- egzogene – koje su povezane sa poslovanjem multinacionalnih kompanija, tehnološkim inovacijama, globalnim finansijskim tržištima i restrukturiranjem, koje je svakako isprepletano sa procesom i uticajem globalizacije i ne može se posmatrati od nje izolovano (Roberts and Hall, 2001).

U razvijenim državama Evrope se nameće pitanje koliko je neko selo zaista autentično. Samo u Engleskoj ogroman broj stanovnika se doseljava u ruralne krajeve, a skoro polovina svih ruralnih stanovnika rođena je u urbanim regijama. Činjenica je da određeni broj novih, nekada gradskih, stanovnika u ruralnim sredinama donosi sa sobom „niz vrednosti koje proizilaze iz prošlosti ruralnih zajednica“. Oni tako pokušavaju da zaštite ruralnu idilu protivći se bilo kom obliku modernog razvoja, a koji bi mogao da pokvari njihov novootkriveni ruralni život. Mnoga sela su u opasnosti da postanu „fosilizovana“ i „sterilizovana“, jer dolazak srednjeg sloja stanovništva u nekada poljoprivredne oblasti može da ih transformiše u nešto što je samo produžetak buržoaskih predgrađa sa luksuznim i modernim prodavnicama. Ovo bi moglo da istisne izvorne ruralne aktivnosti. U kontekstu ruralnog turizma,

posledice takvog trenda mogu biti kontradiktorne, jer: (1) „tipično“ ruralna sela će verovatno privući posetioce koji su željni da isku-se imidž ruralnosti koji je stvoren, direktno ili indirektno, kontraurbanizacijom; (2) turisti neće, ipak, biti dobrodošli za novopridošle ruralne stanovnike (njihove nekadašnje sugrađane), koji su bili pokretači „očuvanja“ ili osnaživanja tog jedinstvenog ruralnog predela (Roberts and Hall, 2001). Tranzicione ekonomije u istočnoj Evropi su imale svoja i drugačija iskustva. Na primer, u Poljskoj je ruralni turizam posmatran u procesu restrukturiranja lokalne ruralne ekonomije u kojoj je u kontinuitetu smanjivana proizvodnja tradicionalnih poljoprivrednih proizvoda. Na takvim osnovama turizam se posmatra kao element diverzifikacije ruralne ekonomije, koji može da pruži novu šansu u trenutku kada se tradicionalne aktivnosti gube ili nestaju (Przezbórska, 2016).

Kao i u slučaju ostalih turističkih destinacija i kod ruralnih predela se uočavaju tri dominantna uticaja turizma: ekološki, društveni i ekonomski. Da bi se negativne promene izbegle neophodno je pokazati odgovornost u zaštiti ruralnih predela i spremnost turističke politike da donese novu šansu. U brojnim evropskim državama ruralni krajevi nisu više predodređeni samo za poljoprivredu, već dobijaju i neke nove funkcije. Njihova raznovrsnost podrazumeva veće izazove, jer je sve veći broj i lobirajućih aktivnosti usmerenih na politiku razvoja sela. U slučaju turizma, često se podrazumeva žestoka borba interesnih sfera između ove i drugih delatnosti, ali se ta borba odvija i unutar samog turizma. Unutar turizma često sukobljavaju svoja stanovišta korisnici jedne iste lokacije za upražnjavanje različitih aktivnosti (npr. skijaši i trekeri). Ispostavilo se da ovakvi sukobi dovode i do tenzija, pa ruralni predeli gube i na taj način svoju idiličnost. Jedno je sigurno u svim izmenama ruralnih predela i sela kao njihove osnovne prostorne jedinice – ruralni predeli nisu više tek prostori u kojima se sprovodi poljoprivredna delatnost i proizvodi hrana. U nekim selima zapadnoevropskih zemalja, pa i šire, selo osvaja-ju aktivnosti rekreacije, ugostiteljstva i turizma, kao dominantne delatnosti. Pretpostavlja se da će u 21. veku, za razliku od prethodnih vremena, turizam u mnogim selima Evrope biti jedna od vodećih privrednih delatnosti. Za planere tu-

rističke delatnosti i samu privredu to će biti veliki izazov.

Ekološki uticaji ruralnog turizma se, pre svega, tiču uticaja rekreacije na mestima gde se ona odvija, a to su uglavnom lokacije sa visokom koncentracijom prisustva turista. Zato se često vode polemike u vezi sa kontrolom uticaja rekreativnih aktivnosti – da li je bolje da one budu koncentrisane na jednoj lokaciji (tzv. „honeypot“) ili disperzivne u odnosu na neko šire ruralno područje. Analiza se može usmeravati i prema interesima ekonomskog i ekološkog principa održivog turizma, pa je izvesnije da disperzija rekreativnih aktivnosti odgovara ekonomskim turističkim interesima, ali je koncentracija pogodnija za postizanje ekoloških načela. Pored direktnih uticaja, pitanje različitih interesa u vezi sa korišćenjem neke površine u ruralnom turizmu, ostaje jedno od vodećih u stručnim analizama. Rekreacija se odvija na mestima koja su bila, tradicionalno i vekovima unatrag, isključivo poljoprivredna. Zato su poljoprivrednici širom sveta nezadovoljni korišćenjem prava prelaska preko ili pored njihovih imanja, što rekreativci rade i to ostavljajući za sobom smeće ili uznemiravajući domaće životinje. Jedan od problema koji se pojavio na Novom Zelandu, a koji je istovremeno karakterističan i za druge delove sveta, jeste porast prevalencije đardije, parazita koji dovodi do bolesti i poremećaja u varenju i zapaljenja creva, usled fekalnog zagađivanja u blizini potoka i izvora (Hall and Page, 2014).

Kako se postiže održivost u ruralnim sredinama? Postoje četiri osnovne vrste kapitala u ruralnom turizmu: ljudski, društveni, finansijski/izgrađeni i prirodni. Da bi se postigla održivost, zajednice moraju imati ravnotežu ova četiri oblika kapitala, što je od značaja za interakciju ljudi sa agroekosistemom, kao produktom interakcije predela i ljudi, uključujući tu i njihove raspoložive tehnologije i kulturu (George et al., 2009). Stanovništvo ruralnih krajeva odlikuje demografska starost, što utiče i na pad lokalnog preduzetništva. Obrazovano i mlado stanovništvo, uključujući i kvalifikovanu radnu snagu, odlazi u gradove sa povoljnijim ekonomskim prilikama. Stanovnici ruralnih zajednica često zaostaju u obrazovanju, posebno u manje razvijenim zemljama sveta. Ekonomska konkurentnost ruralnih

sredina generalno opada, delom i zbog toga što ruralne zajednice zavise od malog broja raspoloživih izvora prihoda i zato što nemaju neopходne resurse za savremeni razvoj. Međutim, ne trpe, usled pomenutih trendova, sva ruralna područja u svetu. Neki stanovnici ruralnih krajeva koriste svoju maštu, domišljatost i inovativnost, podstaknutu trendovima savremenog turizma, u nadi da će ostvariti određeni benefit. Štaviše, globalno interesovanje za održivi turizam je promenilo imidž mnogih ruralnih područja, čak i onda kada ona podstiču razvoj ekoturizma ili geoturizma (Edgell, 2020). U svakom slučaju, veliki broj javnih i privatnih ustanova prihvatio je turizam i rekreaciju kao izvore potencijalne regeneracije, a u svetlu smanjenja tradicionalnog agrarnog prihoda i ograničenih mogućnosti industrijskog zaposlenja. Dok turizam predstavlja jednu od nekoliko potencijalnih mogućnosti društvene diverzifikacije, neki ga vide i kao nosioca dodatnih prednosti u korišćenju postojećih prirodnih i predeonih resursa.

### Uticaj turizma na gradske predele

Brojni veliki gradovi u Evropi, ali i širom sveta, važni su turistički centri. Gradovi raspolažu raznovrsnim turističkim atrakcijama i resursima, koji turistima omogućuju zadovoljenje raznih turističkih potreba, pa stoga oni i privlače veliki broj posetilaca. Porast turizma u gradovima je doveo do tzv. turističke urbanizacije, a ona doprinosi dodatnom razvoju gradova i dodatnom unapređenju njihovih uslužnih i turističkih delatnosti. Gradski turizam, kao sveobuhvatni i stručni turistički pojam, uključuje razvoj turizma u slučaju: glavnih gradova, metropolitanskih centara, velikih istorijskih gradova, užih gradskih oblasti, revitalizovanih priobalnih gradova, industrijskih gradova, primorskih i zimskih odmarališta, turističko-zabavnih gradova i kulturno-umetničkih gradova. Ovakva raznolikost turističkih centara u jedinstvenoj grupi gradskog turizma može da istakne problem izvođenja generalizacije zaključaka iz pojedinačnih studija slučaja, pa i onda kada je reč o uticajima gradskog turizma na urbane centre (Hall and Page, 2014).

Razvoj menja okruženje gradova i utiče na čitav niz fizičkih i društvenih preobražaja, u

koje spadaju: arhitektonski preobražaji, zagađivanje vazduha, zagađivanje voda, opterećenje infrastrukture ili promene navika lokalnog stanovništva. Uticaj turizma na gradove ima široki opseg (ekologija, društvo, kultura, ekonomija) i može se dugoročno odraziti na njihovu životnu sredinu, u najširem smislu, i tendencije održivog razvoja (Prilog 7).

Proučavanje uticaja turizma na okruženje gradova je deo trenda koji prati sve učestalija istraživanja uticaja turizma na životnu sredinu uopšteno. Ipak, ne treba zaboraviti da gradovi predstavljaju specifične i posebne entitete u životnoj sredini i da su, kao takvi, podložni drugačijem spektru uticaja. Moguće je izdvojiti nekoliko osnovnih grupa uticaja turizma na gradove i to na sledeći način:

- degradacija arhitektonskog nasleđa zbog izgradnje hotela koji nisu u duhu okruženja;
- efekat izgradnje i širenja gradova, koji se ne uklapa u adekvatnu postojeću strukturu;
- preopterećenost postojeće infrastrukture u toku turističke sezone;
- izolovanost turista u odnosu na lokalno stanovništvo;
- prodaja poljoprivrednog zemljišta dobrog kvaliteta u cilju izgradnje novih turističkih objekata;
- preopterećenost saobraćaja zbog potreba turista;
- degradacija i zagađivanje ekosistema zbog kanalizacije, smeća i čitavog niza drugih problema, koji takođe mogu stvarati po-

## Prilog 7. Turizam degradira Veneciju

Venecija je globalno poznati primer gradske turističke destinacije sa umetničkim, renesansnim, znamenitostima iz 15. veka. Intenzivni ekonomski razvoj doživela je nakon 1960. godine. Međutim, istorijsko jezgro Venecije tokom tog perioda je konstantno bilo izloženo opadanju broja stanovnika. Tako je sa 175.000 u 1951. broj stanovnika pao na 78.000 u 1992. godini. Na drugoj strani, grad dnevno primi 47.000 ljudi koji su ovde zaposleni.

Venecija je danas višestruko ugrožena zbog toga što tone, zbog porasta nivoa mora, njegovog zagađivanja, kao i zbog zagađivanja vazduha. Jedan od negativnih uticaja na Veneciju ostvaruje i turizam. Broj smeštajnih jedinica u gradskim hotelima je sa 20.000 u 1973. porastao na 22.200 u 1992. godini. Uzroci problematičnog uticaja turizma se pronalaze u kratkom boravku posetilaca, koji ovde dolaze iz drugih italijanskih destinacija, a posebno iz centara na obali Jadranskog mora i sa Alpa. Broj turista koji borave samo jedan dan neprestano se povećavao (5.000.000 godišnje) i to je konstantno narušavalo noseći kapacitet grada, a loše se odražavalo i na finansijske efekte od prometa. Broj jednodnevnih izletnika negativno se odrazio i na infrastrukturu grada, opterećujući saobraćaj i komunalna rešenja. Ovakav pritisak je doveo do iseljavanja

lokalnog stanovništva, koje iz više razloga nije pronalazilo interes da nastavi život u gradu.

Da bi bio zaustavljen neodrživi razvoj turizma angažovan je Oliviero Toscani (Oliviero Toscani), poznati fotograf, kako bi vodio negativnu kampanju s ci-

nom kampanjom preduzimaju se mere u kojima se turistima sa dužim vremenom zadržavanja pružaju detaljna obaveštenja o kulturnim dešavanjima. Nudi se venecijanska kartica (Venice card), koja omogućava mnoge pogodnosti: popust za ulaznice u muzeje i prilikom



▲ Slika 17. Uobičajena turistička gužva u Veneciji

Foto: V. Stojanović

ljem smanjenja broja turista i održivog razvoja grada. Angažovanje koje su inicirali turistički radnici Venecije dokaz je njihovog shvatanja društveno odgovornog marketinga. Paralelno sa negativ-

korišćenja usluga saobraćaja, popuste u restoranima i prodavnicama. Ukoliko turista boravi u hotelu, onda dobija besplatnu karticu (Page and Hall, 2003; Hadžić, 2005).

metnju u procesu funkcionisanja gradova (Mathieson and Wall, 1982).

Turizam može imati negativan uticaj na fizičko okruženje gradova i to na brojne načine. Na primer, izgradnja objekata koji nisu estetski prilagođeni urbanom okruženju opisuje se kao arhitektonsko zagađivanje. Takođe, uslužni turistički objekti mogu da ispuštaju zagađujuće materije u vazduh i vodu unutar neke urbane sredine. Turistički objekti ili objekti za posebne događaje mogu promeniti karakter gradskog okruženja. Zatim, promocija turizma bez obezbeđene adekvatne infrastrukture i turizam koji se nosi sa povećanim brojem posetilaca, mogu izazvati pad kvaliteta urbane životne sredine, na primer, pod uticajem povećanja obima saobraćaja. U svakom slučaju, prisutan je širok spektar uticaja turizma na urbanu fizičku sredinu (Tabela 8), koji mogu imati značajne implikacije u dugoročnoj održivosti unutar destinacije. Ipak, prisutni su i broj-

ni pozitivni uticaji turizma. Lokacija objekta ili turističke atrakcije može biti namerno iskorišćena u pokušaju da se podmladi urbano područje kroz izgradnju nove infrastrukture, naročito u slučaju organizacije važnih kulturnih ili sportskih događaja (Hall and Page, 2014).

Pored uticaja turizma na fizičke (ekološke) odlike gradova, u analizama i praksi razvoja turizma su prisutni i uticaji na njihove društvene i kulturne karakteristike. Razlike u stavovima i očekivanjima turista na jednoj i lokalnih stanovnika na drugoj strani i ovde su povod za brojne analize i zaključke. Neprikladno ponašanje turista može uticati na razvijanje odbojnosti prema turizmu kod lokalnog stanovništva, što potencijalno utiče na gubitak pozicija koje gradska destinacija ima na turističkom tržištu. Stav lokalnog stanovništva je ključni detalj u proučavanjima društveno-kulturnih uticaja, a poznavanje takvog stava je neophodno i u procesu formiranja lokalne politike, planiranja i menadžmenta turističkog razvoja. Način na koji turizam opažaju lokalne zajednice može biti jedan od faktora u formiranju privlačnosti dotične destinacije. Stavovi i ponašanje lokalnih stanovnika mogu biti pokazatelj spremnosti destinacija za razvoj turizma. Društveni i kulturni uticaji turizma, takođe, doprinose promenama u sistemu vrednosti, ponašanja pojedinaca i njihovih moralnih načela. Da bi se ovi uticaji bolje razumeli neophodno je analizirati značenje: (1) turista, njihovih potreba, stavova, očekivanja i aktivnosti u gradu; (2) domaćina, njihove uloge i stavova o pružanju turističkih usluga, kao i zainteresovanosti za uticaj turista na tradicionalan način života i (3) veza između turista i domaćina, kao i sve vrste odnosa koje postoje između ove dve grupe (Page and Hall, 2003).

Jedan od načina kontrole uticaja turizma na životnu sredinu gradova je noseći kapacitet. Noseći kapacitet je maksimalan broj posetilaca koji mogu da koriste neki prostor, a da pri tom ne dođe do degradacije životne sredine i doživljava turista. Noseći kapacitet gradova obuhvata tri elementa: (1) fizički (ekološki) noseći kapacitet je granica maksimalnog broja turista koji neće degradirati životnu sredinu, a iznad te granice kulturne, istorijske i ambijentalne karakteristike grada se gube; (2) ekonomski noseći kapacitet je granica ispod koje grad neće imati

**Tabela 8.** Uticaj turizma na fizičko okruženje gradova

Urbano fizičko okruženje	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Zemljište koje je izgubljeno sa razvojem turizma, a moglo je biti upotrebljeno i u druge svrhe.</li> <li>▶ Promene u urbanoj hidrologiji.</li> </ul>
Vizuelni uticaj	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Razvoj turističkih distrikta.</li> <li>▶ Uvođenje novih arhitektonskih stilova.</li> <li>▶ Potencijalno očuvanje tradicionalnih arhitektonskih stilova.</li> <li>▶ Potencijalni doprinos u povećanju broja stanovnika.</li> </ul>
Infrastruktura	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Preopterećenje postojeće urbane infrastrukture sledećom komunalnom infrastrukturom i razvojem:               <ul style="list-style-type: none"> <li>– putevi,</li> <li>– železnica,</li> <li>– parking,</li> <li>– električna energija i gas,</li> <li>– kanalizacija i vodovod.</li> </ul> </li> <li>▶ Obezbeđivanje nove infrastrukture.</li> <li>▶ Dodatne mere upravljanja životnom sredinom usled smeštaja turista i prilagođavanje područja za turističko korišćenje.</li> </ul>
Urbana forma	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Promene u korišćenju zemljišta koje je ranije bilo u funkciji stambenih zona, a koje su sada zamenjene zonama za smeštaj turista.</li> <li>▶ Izmena namene pešačkih staza i to za potrebe saobraćaja koji je u funkciji zbrinjavanja turističkih poseta.</li> </ul>
Restauracija	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Restauracija i konzervacija istorijskih mesta i zgrada.</li> <li>▶ Obnova fasada na objektima zaštićene kulturne baštine.</li> </ul>

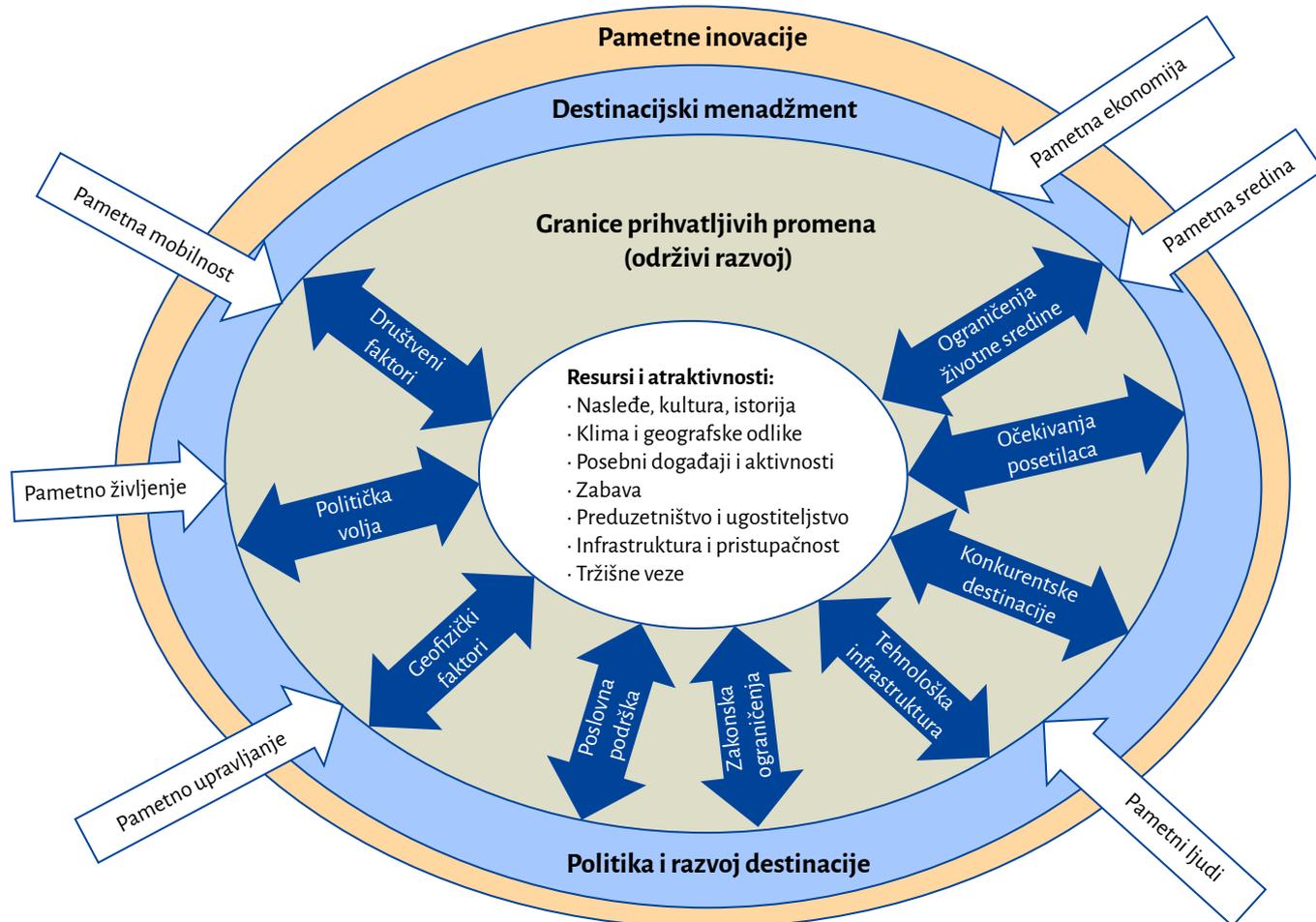
Izvor: Page, 1995.

ekonomsku korist od turističke delatnosti, a razloge treba tražiti u opadanju turističkog prometa i (3) socijalni noseći kapacitet je broj posetilaca koji se može prihvatiti bez negativnog uticaja na društvene karakteristike grada.

Da bi se pomoglo u nastojanjima za postizanje ciljeva održivog turizma u gradovima, 2019. je pokrenuta inicijativa „Forum gradonačelnika UNWTO za održivi urbani turizam“ (UNWTO Mayors Forum for Sustainable Urban Tourism). Inicijativa okuplja gradonačelnike, relevantne zainteresovane strane i organizacije iz celog sveta, koji dele vizionarski cilj o turizmu, kao alatu za stvaranje okruženja u kome su gradovi otvoreni za sve. Ovo je u skladu sa Ciljevima održivog razvoja prema Ujedinjenim nacijama (2015-2030) i posebno u vezi sa ciljem 11: Učiniti gradove inkluzivnim, sigurnim, otpornim i održivim (UNWTO, 2021). Korak dalje u inicijativama za održivi turizam gradova je napravljen kroz povezivanje održivog i pametnog grada (smart city). Pametni gradovi su u literaturi i praksi povezani sa

konceptijama umreženog, virtuelnog, sveprisutnog, inteligentnog, digitalnog, edukativnog, zelenog i održivog grada. U oblasti životne sredine pametni grad je svojim naprednim tehnologijama okrenut prema reciklaži vode, naprednoj energetske mreži i mobilnoj komunikaciji, a sve s ciljem smanjenja pritiska na životnu sredinu i boljeg života građana. Najzad, u osnovi pametnih gradova, uključujući tu i turističke gradove, nalaze se svi relevantni aspekti održivosti i održivog upravljanja urbanim sredinama. To više nisu gradovi koji su isključivo okrenuti tehno-centričnim rešenjima, već slede paradigmu: održiva pametna turistička destinacija. U skladu s tim, nadležni će gradove sve više doživljavati kao „ekosistem“ stejkholdera i na taj način će u njemu upravljati svim resursima. U srži „ekosistema“ takve turističke destinacije ostaće iste one turističke atrakcije i resursi (Slika 18), koje su tradicionalno doprinosile njenoj autentičnosti, tržišnom pozicioniranju i socio-ekonomskoj održivosti (Coca-Stefaniak and Seiseddos, 2021).

▼ **Slika 18.**  
Konceptualni okvir za upravljanje održivim pametnim turističkim destinacijama  
Izvor: Coca-Stefaniak and Seiseddos, 2021.



Koncepcija održivog razvoja u gradovima nije više upućena samo na identifikaciju aktivnosti usmerenih prema razvijanju održivosti, već insistira na implementaciji programa održivog turizma u celom sistemu turističkog razvoja. Sistemsko upravljanje uključuje uspostavljanje standarda, unapređenje tokova informacija, uspostavljanje pravila i politika, samoorganizaciju, definisanje ciljeva i redefinisavanje svrhe sistema, kao i najzad promenu paradigmi iz kojih sistem proizilazi. Iz svega navedenog proističe da su (turistički) gradovi složeni adaptivni sistemi u kojima je neophodno još mnogo istraživanja s ciljem prevazilaženja neželjenih efekata i izgradnje imperativa o neophodnom održivom razvoju turizma (Day, 2021).

Najzad, naknadni izazov u održivom razvoju turizma manifestuje se u graničnom pojasu urbanih i ruralnih krajeva (tzv. urbano-ruralni rub), kod kojih turistička koncentracija sadržaja i aktivnosti dodatno usložnjava prostorne obrasce. Ovakvi krajevi kombinuju urbane i ru-

ralne karakteristike, tako što istovremeno koriste blizinu oba prostora (Weaver and Lawton, 2014). Koncentrisane turističke atrakcije na urbano-ruralnom rubu imaju korist od pristupa velikim površinama relativno jeftinog zemljišta i od blizine velikih obližnjih urbano-turističkih tržišta, pa se stoga mogu opisati kao tipične komponente u amalgamu prigradskih turističkih proizvoda, koji uključuju tematske parkove, terene za golf i outlet šoping centre (Weaver, 2006; Williams and Lew, 2015). Izletnici su uobičajeni korisnici turističkih usluga rubnih područja, gde po pravilu borave tokom dana, dok usluge smeštaja koriste u obližnjim urbanim centrima. Zato prihodi od turizma na rubu nisu veliki i ne mogu, u nekim slučajevima, da se nose sa teretom troškova izgradnje infrastrukture, a pre svega saobraćajne infrastrukture. Pojavu najbolje opisuje slučaj iz Australije, gde, na planini Tamborine, 7.000 pripadnika lokalne zajednice svake godine ugosti 500.000 turista (Weaver and Lawton, 2014).

## SOCIO-KULTURNI UTICAJI TURIZMA

Društveni uticaji turizma se tiču načina na koji turizam i putovanja utiču na promene u kolektivnim i individualnim sistemima vrednosti, obrascima ponašanja, strukturama zajednice, načinu i kvalitetu života (Hall and Page, 2014). Proučavanje uticaja turizma na društvene i kulturne segmente životne sredine i zajednice stanovništva ima solidnu tradiciju, proisteklu iz prvih ozbiljnijih empirijskih analiza. Uticaj turizma na društvo i kulturu može se pratiti kroz ispitivanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu i turistima. U tom pravcu koristan je koncept koji prati evoluciju osećanja lokalnog stanovništva prema turizmu u četiri koraka:

- euforija – turisti su dobrodošli, a istovremeno je prisutno veoma malo kontrole i planova;
- apatija – turisti su prihvaćeni, dok odnosi između grupa postaju više formalni i komercijalizovani, a planiranje turizma je upućeno na marketing turističkog proizvoda;
- ometanje – prisutno je zasićenje, lokalno stanovništvo izražava bojazan prema turiz-

mu, dok planeri više razvijaju infrastrukturu, a manje insistiraju na granicama razvoja;

- antagonizam – stanovništvo pokazuje otvorenu netrpeljivost prema turistima i turizmu (Doxey, 1975).

Da bi se u međunarodnom turizmu uticaj turizma na društvo i kulturu shvatio neophodno je detaljnije razumevanje odnosa savremenog turizma i društva zemlje domaćina. Danas se još uvek ne poklanja dovoljno pažnje uticaju koji globalna kultura može da ima na male zemlje sa tendencijom turističkog razvoja. Sa jedne strane, prisutno je i usvojeno načelo da moramo poštovati različite kulture, ali sa druge strane ideja kako moramo održati postojeće kulture još uvek nije razvijena. Najočigledniji sukob u ovim analizama je onaj između gosta i domaćina (Slika 19). On je dobrim delom izazvan različitim ciljevima. Dok turista teži dokolici, dotle je domaćin obuzet radom. Turista je pun iščekivanja, a domaćin često nema ideju šta da očekuje. Drugi izvor sukoba je između ekonomski moćnih organizatora turizma, koji po pravilu dolaze



▲ **Slika 19.** Fotografija romantičnog prizora zalaska sunca, na panelu ulične izložbe u Portu (Portugalija), išarana grafitom – „Turistička diktatura“  
Foto: V. Stojanović

iz ekonomski razvijenog dela sveta, i zemlje domaćina. Turizam lako može da pretvori lokalne kulture u komfor, odnosno, potrošački proizvod, nalik svakom drugom proizvodu. Jedna od posledica takvog trenda je odbacivanje turizma. Rešenje je u kreiranju mehanizma koji bi uključio lokalno stanovništvo i na njega preneo pravo da odlučuje o obimu i vrsti turizma u okviru svojih mogućnosti. Činjenica je i da postoje primeri u kojima se domaće stanovništvo pomera od davanja usluga ka vlasništvu i ulozi menadžera, ali su oni još uvek malobrojni (Robinson, 2000).

Glavni fokus istraživanja društvenih uticaja turizma je na zajednicama lokalnog stanovništva u turističkoj destinaciji, a ne na zajednicama stanovništva u mestima matičnog boravka potencijalnih turista. Varijable koje utiču na percepciju turizma lokalnih stanovnika mogu se podeliti u dve grupe: ekstrinzične ili intrinzične. Ekstrinzične varijable se odnose na faktore koji utiču na zajednicu na makro nivou (npr. faza razvoja turizma, odnos između turista i lokalnih stanovnika, kulturne razlike između turista i stanovnika, sezonski karakter). Intrinzične varijable obuhvataju one faktore koji mogu varirati u vezi sa oscilacijama u karakteristikama pojedinaca unutar neke zajednice (npr. demografske karakteristike, uključenost u turizam i blizina turističkih aktivnosti) (Hall and Page, 2014).

Najvažnije grupe uticaja turizma na socio-kulturne odlike neke destinacije mogu se predstaviti i na sledeći način:

- Kriminalne aktivnosti. Tokovi bogatih turista privlače sitne kriminalce, o čemu sve-

doći porast krađa ili pljački – problem koji je postao ozbiljan u nekim oblastima Mediterana, Floride, Latinske Amerike, Kariba i Rusije. Na primer, kako se turizam širi u centralnoj i istočnoj Evropi, otkriveno je da taksisti u tim zemljama precenjuju svoje usluge, u nekim slučajevima manipulišući i svojim brojilima. Turisti se takođe mogu posmatrati kao lak plen kada kupuju u prodavnicama ili od uličnih prodavaca. Zatim, tamo gde je kockanje kamen temeljac razvoja turizma, često slede prostitucija i organizovani kriminal. Zabrinutost zbog predloženog i neograničenog širenja velikih kazina u gradovima Velike Britanije je dovela do toga da vlada odustane od plana za njihovo otvaranje. Najzad, države koje imaju relaksiranije zakone o seksualnom ponašanju od onih na zapadu, privlače turiste koji su u potrazi za seksualnim susretima, dok njihove vlade često zatvaraju oči pred zločinima kao što je i organizovano zlostavljanje dece. U nekim državama, na primer Nemačkoj i Japanu, turoperatoru su specijalizovani za organizovanje seks paket aranžmana do destinacija kao što su Filipini i Tajland. Ova javna promocija komercijalnog seksa, posebno kada se radi o seksu sa maloletnicima, naišla je na sve veću kritiku u zapadnom svetu, od strane brojnih organizacija. Velika Britanija je, zajedno sa drugim državama članicama grupe G7, usvojila zakon koji omogućava da se pedofili krivično gone u svojim matičnim državama za krivična dela počinjena u inostranstvu.

- Efekat demonstriranja. Postoji niz manje direktnih, a možda i manje vidljivih efekata na turističke lokalitete, uključujući i fenomen poznat kao relativna deprivacija (uskraćivanje). Lokalno stanovništvo može da reaguje na prisustvo bogatih turista sa dozom zameranja ili zavisti, a posebno tamo gde ovi drugi vide priliv turizma kao oblik neokolonijalizma, na primer na Karibima ili u nekim afričkim državama. Lokalno stanovništvo može iskazati i nezadovoljstvo usled sopstvenog životnog standarda ili načina života, tako što će nastojati da se ugleda na turiste i da oponaša njihov standard. Ovo je poznato kao efekat demonstri-

ranja. U nekim slučajevima, ova pojava je površna, pa se tiče samo usvajanja obrasca oblačenja ili mode koju turisti donose, dok u nekim drugim slučajevima želja da se lokalno stanovništvo ugleda na turiste može ugroziti duboko ukorenjene tradicije u zajednici i dovesti do aspiracija koje je nemoguće postići. Demonstracija bogatstva, sa turistima koji se razmeću kamerama, tablet računarima, mobilnim telefonima, nakitom i drugim dragocenostima, može stvoriti nezadovoljstvo među populacijom domaćina. Međutim, ovde nije reč samo o demonstriranju materijalnih dobara, već i društveno oponašanje može biti uticajno. Tako recimo turisti koji su udaljeni od svog domaćeg okruženja mogu osećati seksualno oslobođenje, kada traže „praznične romanse“ ili seksualne susrete. Slično tome, na odmoru se povećava obim konzumiranja alkohola, a posebno degustiranje lokalnih vina i žestokih pića. Ovakvo ponašanje može uticati na domaćine, posebno na mlađe članove zajednice, ukoliko smatraju da su to prihvatljive i uobičajene norme ponašanja. U nekim situacijama, sasvim suprotno, turizam može imati pozitivan uticaj tako što podstiče lokalno stanovništvo da organizuje svoje akcije s ciljem poboljšanja sopstvenog okruženja ili postizanja neke dobrobiti (npr. ekološke akcije, borba za prava žena).

- Promene u obrascu zaposlenosti. Turizam može doneti širi spektar mogućnosti za zaposlenje, što je povezano sa višim platama u poređenju sa radnicima iz poljoprivrednih i ruralnih zajednica. Zbog toga migracija mlađih pripadnika neke zajednice u turistička područja, tamo gde su velika odmarališta ili gradovi, može ostaviti neke regije bez vitalne radne snage. Poljoprivredne regije koje prolaze kroz ovu migraciju oslanjaju se na stariju populaciju i sve to kako bi održali svoje uobičajene aktivnosti. Migranti, oslobođeni ograničenja svojih porodica i kućnog okruženja, mogu napustiti svoje tradicionalne vrednosti, što zauzvrat dovodi do raspada tradicionalnih porodičnih struktura i sistema podrške. Turizam često zahteva da zaposleni, posebno oni u ugostiteljstvu, rade bez obzira na društveno i kulturno okruženje, što podrazu-

meva i rad u vreme verskih praznika. Ovo može uticati na porodični život, jer zahtevi radnog mesta nalažu da će važne proslave možda biti odložene.

- Uticaj sekundarnog stanovanja. Fenomen sekundarnih domova u inostranstvu je velikim delom posledica ekspanzije putovanja, što je dovelo do veće želje za boravkom u atraktivnim evropskim odmaralištima, a posebno širom Mediterana (Prilog 8). U 2011. godini, čak 246.000 ljudi sa prebivalištem u Engleskoj i Velsu, imali su kuće za odmor u inostranstvu, a više od pet miliona Britanaca je živelo u inostranstvu. Tamo gde su iseljenici voljni da nauče jezik i stope se sa domaćom kulturom, javljaju se neznatni sukobi, ali tamo gde velike grupe stranih državljana kupuju kuće u malim regijama, i gde traže proizvode i oblike zabave sa kojima su upoznati u matičnim državama, nastaju problemi i to usled transformacije kulture domaćina i potkopavanja vrednosti tradicionalnog načina života. Mnoge od nekretnina vlasnici su kupili sa namerom da ih iznajmljuju, uglavnom državljanima iste države iz kojih i oni sami dolaze, što pojačava i kulturni jaz i tranziciju prirodu interakcije između lokalnog stanovništva i turista. Naravno, problemi koji proizilaze iz vlasništva druge kuće nisu ograničeni na one koje su isključivo kupljene u inostranstvu.
- Iskorišćavanje lokalne kulture. Lokalno stanovništvo može doći u poziciju da bude eksploatisano kao turistička atrakcija. Na živopisnim turističkim lokalitetima, poput pitoreskних sela, stanovnici mogu biti iritirani prisustvom masa turista, koji dolaze ovde da bi virili kroz njihove prozore ili boravili u lokalnim barovima kako bi osetili šarm lokalnog života. Eksploatacija ove vrste može dovesti i do toga da obe strane, lokalci i turisti, vide bilo kakav spoj u čisto komercijalnom smislu. Pripadnici plemena Masai, u kenijskoj regiji i prirodnom rezervatu „Masai Mara“, zahtevaju plaćanje za fotografisanje, bilo sebe ili svojih sela (inače, fotografisanje može biti veoma kontroveržno u turizmu o čemu svedoče čak i pojave hapšenja onih turista koji nisu smeli da obavljaju ovu aktivnost u osetljivim po-

dručjima, npr. pored vojnih zgrada ili strateški važnih objekata za bezbednost). Naplata za fotografisanje je postala uobičajeno prihvaćeni standard u mnogim delovima sveta. Zauzvrat, u osećaju eksploataisanosti, turisti smatraju da je prihvatljiva krađa raznih predmeta u lokalnim turističkim sredinama, što odnos domaćin-gost menja u odnos „dobavljač-kupac“. U ovim situacijama, uloga „posrednika u kulturi“, uglavnom iz redova lokalne zajednice, postaje vitalno važna. Oni posreduju sa zadatkom da se izbegnu nedorazumi, tumače lokalnu kulturu za posetioce i objašnjavaju šta je prikladno, a šta neprikladno za turiste. Ovakvo tumačenje igra važnu ulogu u održivom turizmu, a vodič, koji je i tumač lokalnih običaja, predstavlja jedno od najefikasnijih sredstava komunikacije.

- Režirana autentičnost. S obzirom na ograničenje vremena i mesta, turisti zahtevaju trenutnu kulturu, koja se ponekada svodi na površnost i privid njene originalnosti.

Ova pojava utiče na tzv. režiranu autentičnost, u kojoj potraga turista za originalnim iskustvima, u drugoj kulturi, dovodi do toga da lokalni stanovnici ili pružaju prividno originalna iskustva ili ih postavljaju tako da izgledaju što je moguće realnije. Na taj način, kultura se komercijalizuje i banalizuje, a kao primer može da posluži prezentacija „autentičnih“ narodnih igara, koje se priređuju turistima paket aranžmana i to u centrima masovnog turizma. Ovaj vid „kabarea“ se u hotelima nudi u veštački skraćenom obliku i isključivo kao predstava za grupe turista. Takva trivijalizacija se pojavljuje u destinacijama širom sveta. Zatim, turisti traže lokalne restorane koje drugi turisti ne posećuju, kako bi uživali u „autentičnoj“ kuhinji i okruženju lokalnog stanovništva, ali sama činjenica da su otkrili takve restorane, čini ih turističkim atrakcijama i najzad „turističkim zamkama“, koje mnogi nastoje da izbegnu. Najzad, tipičan primer iscenirane autentičnosti izazvan je

## Prilog 8. Imigracije podstaknute životnim stilom i sekundarno stanovanje: Primer gradića Ostuni

Regija Pulja, na italijanskom jugu, jedna je od omiljenih turističkih destinacija, sa predelima izuzetne lepote, finim plažama, umetničkim gradovima i šarmantnim selima. Prema ostvarenom prometu Pulja ipak nije u prvih pet turističkih regija Italije, što možda dodatno utiče na to da je turisti doživljavaju kao izvornu i posebnu.

Manji gradovi Pulje privlače veliki broj turista, ali isto tako i strance, koji ovde kupuju nekretnine. Na primer, grad Ostuni, nedaleko od Jadranskog mora i sa sačuvanim istorijskim jezgrom, ima u toku zime oko 30.000 stanovnika, dok u toku leta taj broj naraste i do 100.000. Ostuni ima i brojnu zajednicu imigranata iz Nemačke i Velike Britanije, podstaknutih toplim i vedrim vremenom, opuštenim načinom života, lepom arhitekturom i ukusnom hranom. Trend doseljavanja je posebno bio izražen nakon 2010. godine. Ostuni se prema brojnosti imigrantske britanske zajednice u jednom momentu nalazio na petom mestu u Italiji, pa je u medijima dobio nadimak „Salentošir“ (Salentoshire; Salento je ge-



▲ Slika 20. Ostuni (Pulja), značajno središte sekundarnog stanovanja među italijanskim turističkim centrima

ografsko-istorijska regija Pulje, u čijim se granicama Ostuni nalazi). U letnjim mesecima uobičajeni prizor na ulicama Ostunija su i „spontani“ razgovori trgovaca nekretninama i turista dok šetaju gradom ili sede u restoranima.

Bregzit je značajno otežao nameru Britanaca da žive i kupuju nekretnine u Italiji, mada mnogi od njih ne odustaju od tog cilja.

smanjenjem tradicionalnog gostoprimstva prema turistima na Havajima, gde se usled toga priređuje „veštačka“ dobrodošlica. Tradicionalno, domaćini su u činu dobrodošlice stavljali lei (venac ispleten od cveća) oko vrata svakog turista, ali, s vremenom, cena ove ljubaznosti i ogroman broj turista doveli su do toga da su lei zamenjeni plastičnim vencem, pojačavajući tako utisak tek trenutno prisutne i komercijalne transakcije (Holloway and Humphreys, 2016).

U pogledu društvenih uticaja koje turizam sprovodi na autohtono stanovništvo, a saglasno tendencijama održivog razvoja, neophodno je turizmom upravljati tako da se izbegnu svi ti negativni uticaji. Osnovno je da se uspostave dobri odnosi između domaćina i gostiju, kako bi gosti bili dobrodošli u regiji ili zemlji, a društvene interakcije bile korisne za obe strane. Postoje različiti pristupi da se to obezbedi i izbor je u suštini između dve dijametralno suprotne metode upravljanja:

- Odgovorni turistički radnici mogu pokušati da integrišu goste u lokalnu zajednicu i kontrolišu ukupan broj posetilaca, kako lokalno stanovništvo ne bi bilo „okupirano“ turistima. Ovo je praktično za primenu samo tamo gde je potražnja za destinacijom ograničena na relativno mali broj turista i koji istovremeno pokazuju empatiju i osetljivost prema lokalnoj kulturi. Pristup otvorenog kontakta je podesan za turizam posebnih interesa i manjih grupa, ali ne i za masovni turizam.
- Sasvim suprotno, zvaničnici mogu da imaju za cilj koncentrisanje posetilaca u određene okruge, što je neka vrsta tzv. turističkog

geta, koji je često udaljen od stambenih naselja, tako da bilo kakva eventualna šteta bude ograničena na nekoliko lokalnih stanovnika, koji će imati kontakt sa turistima. Na ovaj način, većina domaćina i posetilaca neće doći u direktan kontakt, mada to takođe može umanjiti ekonomsku korist od turizma za lokalnu zajednicu. Jedno rešenje ove vrste je uvođenje integrisanog kompleksa odmarališta, koja nude sveobuhvatne pakete (all-inclusive). Takva odmarališta postaju sve češća u destinacijama na dugim relacijama (npr. Meksiko, Indonezija, Dominikanska Republika i Malezija). „All-inclusive“ odmaralištima se, takođe, može upravljati održivo ako je lokalno stanovništvo zaposleno na kvalifikovanim i manje kvalifikovanim turističkim poslovima i ako se veliki deo onoga što konzumiraju turisti proizvodi u okolini gde žive i rade pripadnici lokalnog stanovništva (Holloway and Humphreys, 2016).

Brojni istraživači su nastojali da diverzifikuju fokus istraživanja društvenih i kulturnih uticaja kako bi aktivirali zabrinutost u vezi sa načinom na koji razvoj turizma može promeniti kulturne obrasce i upražnjavanje nekih, na primer, ruralnih sredina i kultura u odnosu na postmoderno društvo. Uloga žena u seoskom turizmu je takođe sa zakašnjenjem privukla interesovanje, a posebno u odnosu na saznanje da je taj oblik turizma u grupi izrazito sezonskih i nestabilnih ekonomskih delatnosti. Druge studije takođe ukazuju na važnost učešća zajednice u planiranju turizma, tako da lokalno stanovništvo, a posebno žene ne budu isključene iz sticanja prednosti od razvoja turizma (George et al., 2009).

## EKONOMSKI UTICAJI TURIZMA

Ekonomski uticaji turizma su u stručnim analizama među prvima identifikovani, pa zato kao predmet proučavanja, a u poređenju sa ekološkim i socio-kulturnim, imaju najdužu tradiciju. To ne znači da su oni nužno i najvažniji za istraživače, ali je činjenica da su se njima eksperti za turizam najviše bavili, pa tako i danas u brojnim istraživačkim studijama eko-

nomski uticaji turizma imaju svoje posebno mesto (Williams and Lew, 2015; Holloway and Humphreys, 2016). Zaista, u državama u razvoju i u onim razvijenim, turizam može uticati i utiče na visinu bruto domaćeg proizvoda, što ponekada jeste bitno za lokalne i nacionalne ekonomije. Ovaj doprinos se odvija kroz četiri glavne oblasti: zarađena dobit (raspoređe-

na vlasnicima), plaćeni porezi na promet, plate za radna mesta i nabavke zaliha i materijala. Turističke firme pružaju mogućnost višestrukog oporezivanja i smatra se da ekonomski značajno doprinose u razvoju lokalnih zajednica. Međutim, vredi napomenuti da pozitivan odnos između firmi i vlade obično postoji u zajednicama i državama koje su dobro regulisane i vođene kvalitetnom politikom. Zato je važno da se firme ponašaju odgovorno i da preduzmu aktivnosti upravljanja održivim poslovanjem i u onim državama u kojima propisi ne postoje ili se ne sprovode. Tačno je da turistička privreda otvara radna mesta, ali je zato poznata i po visokoj fluktuaciji radnih mesta, socijalno neprihvatljivom radnom vremenu, niskim platom, sezonskom zapošljavanju i nestabilnosti zaposlenja. Ipak, mala i srednja preduzeća mogu da zaposle značajan deo žena, manjina i mladih, što je važna podrška u ekonomskom i socijalnom razvoju zajednica lokalnog stanovništva (Presbury and Edwards, 2010).

Mnoge studije o ekonomskom uticaju turizma fokusiraju se na ono što je poznato kao „efekat multiplikatora“. Ovaj efekat se odnosi na način na koji se turistička potrošnja filtrira kroz privredu, stimulišući kroz vlastiti razvoj i druge sektore. Multiplikator se smatra „koeficijentom koji izražava iznos prihoda generisan u nekoj oblasti dodatnom jedinicom turističke potrošnje“. To je odnos direktnih i sekundarnih promena unutar ekonomske regije (Hall and Page, 2014).

Ekonomski uticaji turizma se prema svojoj suštini obično klasifikuju kao primarni i sekundarni (Hall and Page, 2014; Weaver and Lawton, 2014). Primarni ili direktni uticaji su oni ekonomski uticaji koji se pojavljuju kao direktna posledica potrošnje posetilaca (npr. kupovina hrane i pića u hotelima). Direktni prihodi od turizma su dugo bili najubedljiviji podsticaj u nastojanju destinacija i država da privuku i podrže turističke aktivnosti. Ovakve namere je inicirao i globalni prihod od turizma sa kontinuitetom porasta od 1950. godine. Svetska turistička organizacija definiše prihode od međunarodnog turizma kao sve troškove potrošnje, plaćanja za robu i usluge napravljene tokom putovanja međunarodnih turista, uključujući i boravke i izlete, za sopstvene potrebe ili kao poklon (Weaver and Lawton, 2014). Sekundarni uticaji se mogu

opisati kao indirektni ili indukovani. Indirektni uticaji su oni koji proizilaze iz lokalnih poslovnih transakcija (npr. novo ulaganje vlasnika hotela u opremu i zalihe). Indukovani uticaji su oni koji proističu iz dodatnog prihoda generisanog daljom potrošnjom nekog potrošača (npr. kupovina robe i usluga od strane zaposlenih u hotelima). Najzad, multiplikator turizma je mera ukupnih uticaja (direktni i sekundarni uticaji), koji su rezultat i dodatnih turističkih troškova (Hall and Page, 2014; Weaver and Lawton, 2014).

Jedan od razloga koji vlade država i regija koriste u podsticanju razvoja turizma su potencijalne koristi od zaposlenja u turizmu. Međutim, često se stvarni uticaji turizma na lokalnu zaposlenost i ekonomiju ne razumeju savršeno ili zahtevaju dodatno obrazloženje. Tek jedan od uočenih paradoksa je sadržan u tome da stope zaposlenosti u određenim regijama, čija ekonomija ima oslonac u turizmu, često govore o visokom nivou nezaposlenosti. Na primer, dve glavne regije i destinacije u Australiji, Zlatna obala i Sunčana obala u Kvinslendu, često su imale stope nezaposlenosti znatno iznad nacionalnog proseka. Takvu situaciju lokalni političari smatraju „uvezenim problemom“ ili rezultatom privremene domaće migracije. Ipak, razlog za ovakav scenario leži u suštini ekonomija dve regije. Njihove ekonomije su zasnovane na dvema privrednim granama, značajno podložnim uticajima fluktuacije u potražnji. Prva je turizam, koji je sezonski prisutan, a druga građevinarstvo, koje je ciklično, a često i povezano sa stvarnim ili predviđenim turističkim tokovima. Ipak, diverzifikacija privrede bi dugoročno trebalo da vodi ka manjoj nezaposlenosti i bez obzira na opisanu situaciju, turizam se posmatra kao važno sredstvo u zapošljavanju. Mnoge međunarodne organizacije, poput Svetske turističke organizacije, vide međunarodni turizam kao važan element u nacionalnim strategijama za smanjenje siromaštva i finansiranje razvoja. Razvoj turizma, ako se pravilno podržava, zaista može biti „brzi dobitak“ u prevazilaženju ekonomskih i društvenih uslova, koji prevladavaju u najmanje razvijenim državama sveta i u ubrzavanju njihove integracije u svetsku ekonomiju (Hall and Page, 2014).

Turizam se posmatra i kao mehanizam za redistribuciju bogatstva između regija. Zagovornici takvog stava ističu efikasnost turiz-

ma u stimulisanju razvoja onih regija u kojima su ekonomske mogućnosti, inače, ograničene. Klasičan primer je masovni kupališni turizam kod koga izvorne i netaknute prirodne oblasti, pogodne za ovaj oblik turizma, imaju malu vrednost u analizama potencijala razvoja kada je reč o konvencionalnim ekonomskim aktivnostima. Ipak, ove oblasti su vredne iz ugla razvoja turističke privrede. Brzi razvoj evropskih obala, malih ostrva na Karibima, australijskih obala i drugih delova periferije zadovoljstva, predstavlja u osnovi rezultat neprekidne globalne potražnje za masovnim turizmom. Sličan efekat je evidentan u sektoru ekoturizma, koji daje veliku vrednost prašumama, nacionalnim parkovima i drugim prirodnim okruženjima, kao turističkim mestima, za koja neke druge privredne delatnosti, uglavnom, nisu zainteresovane. Druge vrste zastupljenih turističkih proizvoda u marginalnim sredinama

mogu se prepoznati na poljoprivrednim imanjima (ruralni turizam, seoski turizam, gastronomski turizam) i u tzv. turizmu industrijskog nasleđa, koji valorizuje proizvodne relikvije iz prošlosti (napuštene fabričke hale, mašine, radničke kolonije). Skijanje i drugi zimski sportovi imaju značajan ekonomski uticaj na periferne planinske regije, koje uglavnom pate od ekonomske nerazvijenosti. Kazina značajno doprinose ekonomskom razvoju u slučaju ekonomski nerazvijenih lokaliteta, u koje spadaju i pogranični krajevi nekih evropskih država ili indijanski rezervati u SAD. U kontekstu Australije i Novog Zelanda, turizam zasnovan na prirodi i kulturni turizam pružaju podsticaj za ekonomski razvoj istorijski marginalizovanih autohtonih zajednica, kao i ruralnih područja, koja tradicionalno zavise od ranjivih primarnih privrednih aktivnosti – šumarstva i ribarstva (Weaver and Lawton, 2014).

# PLANIRANJE I ORGANIZACIJA ODRŽIVOG TURIZMA



Ideje o održivom razvoju su imale ogroman uticaj na diskurs u vezi sa planiranjem destinacije, a takođe i na zakonodavstvo u sferi planiranja. Pošto je primarni cilj održivog razvoja obezbeđivanje trajnih i sigurnih sredstava za život, koje nastoji da umanjuje iscrpljivanje resursa, degradaciju životne sredine, kulturni poremećaj i društvenu nestabilnost, onda se može naslutiti da su primarna načela održivog razvoja u planiranju turizma suštinski upućena na prevenciju štetnih uticaja po resurse u životnoj sredini, na očuvanje društvenog integriteta, zaštitu kulturnog nasleđa i ekonomski prosperitet. Međutim, transformacija principa održivog razvoja u uspešne planske intervencije bila je i ostaje izuzetno kompleksna i teška, a razlozi koji utiču na to su sledeći:

- Vremenska skala u kojoj funkcionišu održivi principi je veća od uobičajenih vremenskih okvira planiranja i politike.
- Prostorna skala je, takođe, veća, jer održivi principi ističu internacionalizaciju mnogih faktora koji utiču na tu održivost, kao što su klimatske promene i ekonomska globalizacija, što stoga znači da su to pitanja koja imaju više nivoa jurisdikcije i zato zahtevaju međunarodnu saradnju.
- Održivost je integralni pristup koji objedinjuje socio-kulturne, ekološke i ekonomske metode planiranja. Ova situacija zahteva pažljivo upravljanje i nove veštine planiranja, koje omogućavaju multidisciplinarno postavljanje problema, kao i nove institucionalne aranžmane.
- Održivi razvoj za konkretan lokalitet se razlikuje od održivog turizma. Iako turizam može biti održiv, sasvim je moguće da u nekim destinacijama neće doprineti u ukupnoj održivosti lokaliteta (Cooper and Hall, 2008).

Planiranje u turizmu se vidi kao put ka uspostavljanju konkurentnih i održivih turističkih destinacija, pri čemu načela tog planiranja moraju biti kvalitetno integrisana sa turističkom politikom i organizacijom turizma (Goeldner and Ritchie, 2012). Planiranje turizma u svojoj najjednostavnijoj definiciji može se opisati kao težnja ka ciljanoj budućnosti za desti-

naciju, lokalitet, regiju ili neki drugi entitet, a zatim i kao organizacija i implementacija koraka na putu da se tamo stigne. Planiranje turizma nije složena teorija prepuštena samo stručnjacima koji ga razvijaju, pripremaju i implementiraju. To je proces ili alat koji ima za cilj da optimizira korist od turizma, tako da rezultat bude balans odgovarajućeg kvaliteta i kvantiteta ponude sa odgovarajućim nivoom tražnje. U stvari, strateško planiranje turizma je okvir koji je osmišljen da obezbedi smernice za turističku organizaciju ili destinaciju na bilo kom nivou: lokalnom, regionalnom i državnom (Edgell, 2020). Uspostavljanje balansa između ponude i potražnje u velikoj meri će zavisiti od načina na koji turizam utiče na resurse životne sredine u najširem smislu (ekološkom, društvenom i ekonomskom).

Identifikovanje uticaja koje turizam ostvaruje od suštinskog je značaja za uspešnost održivih turističkih destinacija. Predviđanje posledica turističkog razvoja i planiranje mera u odgovoru na razvoj se može rešiti na dva načina:

- Osmišljavanjem planiranih mera za ublažavanje postojećih negativnih uticaja od strane turizma. Tamo gde je planiranje turizma preduzeto, planiraju se i mere na osnovu kojih se interveniše, ako dođe do razvoja velikog obima. Glavni cilj ovakvih mera je povećanje kapaciteta destinacije, kao odgovor na ublažavanje eventualnih turističkih pritisaka. Neke od uobičajenih metoda rukovođenja destinacijom, u takvom slučaju, uključuju zabranu pristupa ranjivim lokacijama i atrakcijama, eliminaciju privatnog prevoza u glavnim oblastima odmarališta, nametanje propisa o izgradnji i projektovanju novih objekata, uvođenje ulaznih taksi i postavljanje barijera u ekološki osetljivim područjima.
- Usvajanjem mera koje ohrabruju turiste da donose odluke o putovanjima u tačno određenim pravcima. Marketing turizma je stalno prisutan i široko rasprostranjen, ali marketing i planiranje moraju biti bolje povezani. Dobronamerna „manipulacija“ turistima može postići i pozitivan i preventivan pristup u planiranju (Wall and Mathieson, 2006).

◀ *Prethodna strana:*  
Tumačenje prirodnih vrednosti duž turističke staze (Švajcarski nacionalni park)  
Foto: V. Stojanović

Pitanje uticaja na životnu sredinu prati brzi rast i nekontrolisani razvoj turizma. Planiranje upravljanja ovim uticajima mora biti obavezno, jer turisti i turizam pokazuju sklonost ka namernom ili nenamernom uništavanju turističkih resursa. Planeri u svojim razmatranjima treba da uzmu u obzir i štetu i korist od turizma. Mnoge države i regije koje promovišu turizam istovremeno ignorišu činjenicu da postoje ograničenja u tome koliko turističkih sadržaja i aktivnosti određena destinacija može da apsorbuje. Planeri u destinacijama treba da uzmu u obzir razmatranje ovih ograničenja i u skladu sa tim da planiraju turističku privredu. Istraživanje uticaja turizma treba da pruži razumevanje kapaciteta područja i posledica koje se javljaju pre i posle dostizanja granica tog kapaciteta. Nažalost, još uvek je malo urađeno po pitanju osmišljavanja mera ili smernica za određivanje pragova promena. Sugerisano je tek da uticaji turizma mogu biti veliki, raznoliki, rastući, varirajući, teški za procenu i izazovni. U isto vreme, turizam u krajnjoj liniji zavisi od pristupačnosti i, dugoročno gledano, održavanja visokokvalitetnog okruženja, posebno na konkurentnom globalnom turističkom tržištu. Pošto je turizam jedna od privrednih delatnosti koje se najbrže razvijaju u svetu, od vitalnog je značaja da se njegovi uticaji predvide i razumeju, tako da se mogu tačno uključiti u planiranje i upravljanje. Glavni ciljevi turističkog planiranja su da se obezbedi situacija u kojoj su turistima na raspolaganju mogućnosti za sticanje prijatnih i zadovoljavajućih iskustava i da se istovremeno obezbede sredstva za poboljšanje načina života lokalnih stanovnika u turističkim destinacijama (Wall and Mathieson, 2006).

Nekoliko strategija planiranja turizma mora biti sastavni deo održivog turizma:

- **Kooperativni i integrisani sistemi kontrole.** Integrisano planiranje nastoji da koordinira procese planiranja na različitim nivoima na kooperativniji način. U ovome posebnu ulogu ima upravljanje destinacijom, prema načelima savremenog turizma, kao važan deo procesa u kome politika vlada ima svoju neizostavnu ulogu.
- **Razvoj mehanizama za koordinaciju turističke privrede.** Turizam je, kao privredna grana, sastavljen od brojnih fragmenata. Razvoj unapređenih mehanizama koordi-

nacije smatra se za aktivnost koja utiče na poboljšanje saradnje između brojnih firmi i destinacija ka zajedničkim ciljevima.

- **Podizanje svesti potrošača.** Karakter turističke potrošnje očigledno utiče na resurse destinacije, pa zato promene u obrascima potrošnje mogu dovesti do boljih ekonomskih, društvenih i ekoloških rezultata. U poslednje vreme je došlo do rasta zelene potrošnje u kojoj potrošači razmišljaju o svojoj kupovini i o odnosu prema organskoj hrani, zaštiti životne sredine i ljudskim pravima. Takav svesni konzumerizam je uticao na turizam u pogledu postavljanja sve više etičkih pitanja, usvajanja kodeksa ponašanja i na pojavu volonterskog turizma.
- **Podizanje svesti proizvođača.** Održivost turističke proizvodnje postiže se pokretanjem regulatornih i dobrovoljnih pristupa. Obrazovanje i podsticanje proizvođača da svoje proizvode učine održivijim je jedan od načina da se osigura dobit za destinaciju. Istovremeno, u nekim slučajevima kreiranje održivih proizvoda, takođe, može da poveća privlačnost destinacije na tačno određenim tržištima. Mnoge grupe proizvođača razvile su kodekse ponašanja i dobre prakse u nastojanju da svoje poslovanje učine ekološki prihvatljivijim.
- **Strateško planiranje.** Strateško planiranje zahteva proces koji je integrativan u smislu okupljanja zainteresovanih strana i, takođe, dobro strukturiran u smislu efektivne analize, razvoja jasnih i merljivih ciljeva, evaluacije, praćenja i implementacije. Jedan od najvažnijih faktora u održivom strateškom planiranju je identifikacija relevantnih indikatora za održivost, koji su merljivi, ispunjavaju ciljeve i oko kojih se zainteresovane strane slažu u pogledu njihove relevantnosti. Kada se to postigne, prihvatanje intervencije i upravljanje promenama od strane zainteresovanih učesnika u turizmu je daleko veće, nego kod pristupa koji nije strateški osmišljen.
- **Unapređena regulativa.** Tamo gde su dobrovoljne procedure za promovisanje održivosti neuspešne, unapređenje regulative može biti jedina dostupna opcija. Postoji niz potencijalnih regulatornih mera, dok neki od popularnijih pristupa obuhvataju povećane naknade, nove poreske režime,

licence i dozvole. Međutim, vlade se često plaše reakcije privrede i potrošača u pogledu unapređene regulative, posebno ako ona povećava troškove putovanja ili proizvoda (Cooper and Hall, 2008).

Planiranje turizma je tradicionalno fokusirano na zoniranje, razvoj lokacije, smeštajne i građevinske propise, gustinu turističkog razvoja, prezentaciju kulturnih, istorijskih i prirodnih turističkih karakteristika i obezbeđivanje infrastrukture, uključujući puteve i kanalizaciju. Međutim, poslednjih godina turističko planiranje je prilagođeno i prošireno na uključivanje šireg opsega ekoloških i društveno-kulturnih problema, kao i na potrebu za razvojem i promocijom strategija ekonomskog razvoja na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou, a posebno u okolnostima sve prisutnije globalizacije (Hall and Page, 2014). Ovakav održivi pristup u planiranju turizma, pored usredsređenosti na ekološke, društvene i kulturne attribute, trebalo bi da ima i sledeće ishode: kvalitetna iskustva za posetioce i stečeno poštovanje od strane šire privrede, vlade i zajednice lokalnog stanovništva. Najzad, postoji nekoliko vodećih principa koji podupiru planiranje održivog razvoja turizma: odgovornost, posvećenost i liderstvo, saradnja, obrazovanje, društvena kreativnost i sloboda (Dwyer and Edwards, 2010).

Na kraju ostaje i pitanje koje su osnovne prednosti strateškog planiranja i kako ih me-

nadžeri u turizmu destinacije mogu iskoristiti. Proces strateškog planiranja održivog turizma uzima u obzir da destinacija mora biti u stanju da se prilagodi novim trendovima, promenljivim tržištima, održivim turističkim proizvodima i konkurentnom tržišnom okruženju. U destinacijama u kojima se dobro planirao održivi turizam obično imaju konkurentsku prednost na tržištu. Plan fokusiran na održivost turističke destinacije će obezbediti dosledan kvalitet turističkih proizvoda i doneti više koristi. Pored toga, dobro planiranje će nadjačati kratkoročne ciljeve, koji imaju za cilj isključivo motivaciju za profitom, i naglasiti mnoge važne attribute koji mogu biti pozitivni za celu zajednicu. Zbog svega istaknutog, strateškom planiranju, s ciljem boljeg upravljanja održivim turizmom, posvećuje se sve veća pažnja. Ukratko, planiranje turizma je od suštinskog značaja za održivost destinacije u budućnosti i mora da podstakne očuvanje resursa od kojih turizam zavisi, kao i da poboljša kvalitet života lokalnog stanovništva. Istorija razvoja turizma i ugostiteljstva obiluje primerima turističkih područja i destinacija koje su pogoršale konkurentnost ili su propale usled nedostatka planiranja ili zbog lošeg planiranja. Dobro planiranje turizma daje destinaciji mnoge prednosti. Strateško planiranje turizma je visoko organizovan napor racionalnog razmišljanja, orijentisan na budućnost, baš kao što je to i turistička politika (Edgell, 2020).

## UPRAVLJANJE POSETIOCIMA

Upravljanje posetiocima u turizmu ima dugu i sadržajnu tradiciju, koja je dodatno podstaknuta uvođenjem principa održivog razvoja turizma na kraju 20. veka. Upravljanje posetiocima se posmatra i analizira kao jedan od osnovnih alata za postizanje održivosti u turističkim destinacijama, zajedno sa zaštitom prirode, regulacijom turističke privrede, etičkim kodeksima i indikatorima održivog turizma (Williams and Lew, 2015). Postoje brojne tehnike i aktivnosti upravljanja posetiocima, a tek jedna od najpoznatijih je ograničenje kretanja motornih vozila u područjima koja su atraktivna za ljubitelje prirode. Uz

pretpostavku da je motorni automobil kakav se trenutno koristi inherentno neodrživ, ograničenje kretanja izgleda kao potez u cilju postizanja održivosti, u čemu se slažu naučna zajednica, lokalna zajednica i planeri. Ovo je posebno aktuelno pitanje u razvijenim državama, gde su nivoi posedovanja i korišćenja automobila izrazito visoki (Mowforth and Munt, 2016). Ipak, upravljanje posetiocima podleže daleko složenijim analizama i empirijskim pracenjima, u čemu posebno mesto zauzima pitanje klasifikacije svih raspoloživih tehnika tog upravljanja, a zatim i uspešnost preduzetih akcija u praksi.

Saznanje o značaju i ulozi upravljanja posetiocima je korisno iz više razloga, između ostalog i zato što postoje uverljivi dokazi da pritisak posetilaca na bazu turističkih resursa pogoršava već prisutne probleme njihovog očuvanja i zaštite. Mnogi uticaji se mogu izbexi korišćenjem nekih od alata upravljanja posetiocima, na primer kombinacijom ograničenja broja posetilaca i njihove edukacije. Iskustva su pokazala da svaka od predloženih aktivnosti zahteva i neke strože mere poput nadzora nadležnih lica ili zabrana i restrikcija. Ipak, prisustvo kontrolora na licu mesta ne garantuje delotvornost politike upravljanja posetiocima, kao što prisustvo vodiča ne garantuje da će posetilac dobiti adekvatne i odgovarajuće informacije. Posetiocima treba upravljati tako da težina podataka koja im se saopštava ne odvlači njihovu pažnju od užitka turističkog iskustva. Ako se pravilno primenjuju, tehnike upravljanja posetiocima, takođe, mogu da smanje troškove održavanja resursa i povećaju prihode od turizma (Shackley, 2003).

Aktivnost upravljanja posetiocima prati prostorne strategije za postizanje ciljeva održivog turizma i, pošto sledi tokove turističkih poseta, zapravo predstavlja dobru osnovu za opsežnu analizu tokova razvoja turizma. Postoji nekoliko grupa i različitih strategija za upravljanje posetiocima, a u najpoznatije spadaju (Weaver, 2006):

- **Strategije ograničavanja broja posetilaca.** U ovoj grupi se nalaze alati koji su čvrsto povezani sa tehnikom nosećeg kapaciteta. Noseći kapacitet se odnosi na maksimalno korišćenje nekog područja bez izazivanja negativnih uticaja po resurse, zadovoljstvo posetilaca, društvo, privredu i kulturu (UNWTO, 1992). Strategije ograničenja su u skladu sa pristupom fiksnog kapaciteta za upravljanje destinacijom, pri čemu se pretpostavlja da će dodatni broj posetilaca rezultirati neodrživom situacijom za dato područje i u datom vremenskom periodu. *Kvote* su, kao propisan broj unapred dozvoljenih poseta, jedan od uobičajenih alata za ograničenje broja posetilaca nekog lokaliteta ili destinacije. Objekti privatnog sektora, poput tematskih parkova ili skijališta, koriste kvote da bi obezbedili kvalitetno iskustvo posetilaca, dok upravljači zaštićenih

područja koriste ovaj alat da bi sačuvali biljna i životinjska staništa. Pristup posetilaca u slučaju zaštićenih područja se kontroliše pomoću ulaznica i malog broja ulaznih punktova. Kvote se mogu primenjivati pomoću načela političke jurisdikcije (npr. u slučaju ograničenja broja ulazaka u neku državu) ili kroz ograničenja veličine grupe (npr. u slučaju pojedinih turističkih lokaliteta). U zamenu za kvote, menadžeri turističkih destinacija mogu koristiti *dodatne i veće naknade* za posetioce u regulisanju potražnje, što je druga po redu tehnika u grupi strategija ograničenja broja posetilaca. U idealnom slučaju, menadžeri mogu povećati cene usluga i ulaznica sve dok se ne postigne željeni nivo smanjenja poseta, bez istovremenog smanjenja prihoda. Na primer, 10.000 posetilaca koji plaćaju po deset evra proizvodi isti prihod kao 20.000 posetilaca koji plaćaju po pet evra, ali su ovde niži i troškovi upravljanja. Najzad, treća tehnika koja se koristi u ovoj grupi strategija su *infrastrukturna i uslužna ograničenja*, kod kojih tražnju ne ograničavaju cene, već turistička ponuda. Primer složenosti ovog poslednjeg alata pokazuje i slučaj italijanskog ostrva Kapri, čija samouprava je u jednom momentu ukinula trajekte kako bi smanjila zagušenje i gužve, iako se problem zapravo pogoršao, kada su privatni ribari kasnije uskočili da pruže turistima usluge koje je obavljao trajekt. Ovo ukazuje na potrebu za holističkim pristupom u planiranju, koji uzima u obzir sve potrebe, ali upućuje i na ograničenja ovlašćenja na lokalnom nivou da se obavlja kontrola nad spoljnim silama (Weaver, 2006).

- **Redistribucija.** Alternativa ograničavanju broja poseta je preraspodela, kanaliziranje ili na drugi način preusmeravanje tokova posetilaca, tako da se izbegnu problemi zagušenja i prekoračenog kapaciteta. Takve strategije se mogu podeliti na one koje raspršuju i koncentrišu turističku aktivnost. Alati za disperziju raspršuju turističke aktivnosti i u teoriji pravednije sprovode raspodelu benefita zapošljavanja i prihoda. Oni se mogu primeniti na nacionalnom, regionalnom i lokalnom nivou. Alati za koncentraciju teže sakupljanju turističkih ak-

tivnosti na jednom mestu. Razvoj turizma, kako ga prikazuje i model životnog ciklusa destinacije, teži ka prostornoj i vremenskoj koncentraciji, što se zauzvrat obično smatra i uzrokom i simptomom neodrživosti. Ipak, uz odgovarajuću regulaciju i upravljanje, prostorna koncentracija zapravo može poslužiti kao efikasna strategija koja doprinosi postizanju održivog turizma unutar destinacije kao celine. Ova tvrdnja je delimično zasnovana na premisi da koncentrisana turistička aktivnost služi za ograničavanje negativnih uticaja na manji deo destinacije, ostavljajući na taj način većinu drugih područja oslobođeno od takvih istih uticaja (Weaver, 2006). Uobičajeni i poprilično poznati alat za koncentraciju turista je „honeypot“ (Holden, 2008; Shackley, 2003; Hall and Page, 2014), koji se obično tumači kao presretač uticaja na mestima planiranih objekata za intenzivniji turistički razvoj (npr. tamo gde su informativni centri, osveženje, zabava, parking). Ovaj alat efikasno sprečava dalji prodor većine turista u osetljivije delove životne sredine i u neposrednoj blizini. Komercijalne turističke atrakcije i šoping područja, turističko-informativni centri i muzeji, kao i javni parkovi i lokaliteti nasleđa, sve su primeri lokacija sa efektom „meda“, koji privlači i tako pomaže u širem ekološkom upravljanju turizmom (Williams and Lew, 2015).

- **Edukacija.** Putnici koji traže edukativna iskustva čine dobro uspostavljen segment turističkog tržišta. Međutim, ovaj koncept „obrazovnog turizma“ se razlikuje od stava da svi turisti treba da budu izloženi edukaciji koja promoviše održivo ponašanje. Isto bi se moglo reći i za lokalno stanovništvo i sve druge aktere u turističkom sistemu, iako je potreba za edukacijom o održivom razvoju najčešće usmerena ka turistima. Dobro vidljive turističke nagrade i programi akreditacije, kao i savetodavni veb-sajtovi, takođe, služe edukativnoj svrsi, s ciljem usmeravanja ekološki i društveno savesnih turista ka održivim proizvodima i destinacijama. Jedan od alata u programima edukacije jeste i ubeđivanje turista da pristanu na održive norme ponašanja. Pri tom, treba imati na umu da turisti nisu an-

tropolozi, već potrošači koji se prvenstveno bave zabavom, pa je malo verovatno da će željeni ishodi biti postignuti u onoj destinaciji gde su masovni turisti izloženi previše pedantnom ili komplikovanom načinu edukacije. Stoga je relevantno i u interesu je, efektivnog turistički orijentisanog obrazovanja i komunikacije, naglasiti faktor ubeđivanja. Ubeđivanje je oblik blage intervencije, koja je u suprotnosti sa teškim intervencijama u koje spadaju fizičke barijere i slične akcije nadležnih službi (Weaver, 2006). Ipak, u praksi održivog turizma moraju biti uključene i blaga i teška intervencija, kao alati upravljanja posetiocima, a s obzirom na raznovrsnost kategorija turista. Ubedljive i suptilne poruke su umereno efikasne u suzbijanju nemarnih radnji kao što su bacanje smeća i upadanje na privatne posede, a najefikasnije su u smanjenju učestalosti radnji poput odabira nepropisnog mesta za kampovanje. Najzad, edukacija posetilaca o uticajima i načinima na koje se oni mogu minimalizovati može poslužiti podjednako u podsticanju održivog ponašanja i u većem angažovanju aktivnosti zaštite resursa (Holloway and Humphreys, 2016; Weaver, 2006). U edukaciji posetilaca veliku ulogu imaju informativne table, znaci i edukativne staze (Prilog 9).

- **Ciljani marketing.** Ovaj vid marketinga predstavlja pokušaj privlačenja odabranih tržišnih segmenata, za koje se veruje da pružaju određene pogodnosti u slučaju konkretnog turističkog proizvoda ili destinacije (Holloway and Humphreys, 2016). Neke destinacije pokušavaju da neguju sektor „kvalitetnog“ turizma privlačenjem relativno malog broja starijih i obrazovanih turista, koji stvaraju velike tokove prihoda, a smatra se manje verovatnim da će se ponašati neprikladno ili izazvati zagušenje i preopterećenost. Nešto eksplicitnije povezana sa održivim razvojem je želja sve većeg broja menadžera u destinacijama da privuku ekoturiste, koji su snažno povezani sa principima održivog razvoja. Kao alat u ovoj grupi upravljanja koristi se i koncept demarketinga. Demarketing je posebni aspekt marketinga, koji se bavi obeshrabrivanjem kupaca. Demarketingom se masovni

## Prilog 9. Uloga informativnih tabli i edukativnih staza u edukaciji turista: primeri iz Evrope

Informativne table, znaci i edukativne staze mogu imati dva osnovna zadatka u turističkoj ponudi: kao prvo, zajedno doprinose unapređenju doživljaja turista kroz informisanje i interpretaciju atrakcija i kao drugo, mogu značajno da koriguju ponašanje turista u nameri da se spreči degradacija, odnosno, da se zaštiti životna sredina i očuva kulturno nasleđe.

Informacije se mogu pružiti na različite načine, kako pre posete, tako i u samim destinacijama. Jedan od razloga za pružanje informacija posetiocima može biti ispunjavanje obaveza u vezi sa edukacijom – što je često važan zadatak u slučaju atrakcija koje su u nadležnosti vlada (zaštićena područja, galerije, muzeji, UNESCO baština). Tumačenje atrakcija ili pružanje informacija o prirodnim objektima i predelima (Slika 21) i objektima kulturnog nasleđa (Slika 22 i 23) može pomoći u ispunjavanju ove obaveze. Takođe, adekvatne informacije mogu pomoći da se promeni ponašanje posetilaca. Na primer, informacije o pritiscima i prevenciji mogu podstaći posetioce da razviju svest o svojoj odgovornosti i uticaju vlastitih aktivnosti, bez obzira na to što većina turista nema nameru da ošteti destinaciju koju posećuje. Turisti mogu biti otvoreni za učenje, mada često nisu svesni odgovarajućeg ponašanja i imaju malo smernica o tome kako da se ponašaju. Moguće je prilagoditi ponašanje svakog turista, upravo kroz edukaciju i informisanje, što dovodi do značajnih prilagođavanja u ukupnim uticajima na destinacije. Tako je na ulazu u Nacionalni park „Bavarska šuma“ na jednoj tabli postavljen zapis o štetnom uticaju opuška od cigarete: Četiri od pet cigareta koje se konzumiraju u Nacionalnom parku se nepromišljeno baca. Samo jedan opušak sadrži do 4.000 otrovnih materija i može da zagadi 50 litara vode. Filteri za cigarete su napravljeni od plastičnog celuloznog acetata i potrebno je do sedam godina da se razgrade. Tako ugrožavaju ljude, biljni i životinjski svet (Slika 24).



▲ Slika 25. Informativna tabla u Nacionalnom parku „Berhtesgaden“ (Bavarska, Nemačka) sa turističkom kartom, kodeksima ponašanja i podacima o prirodnim vrednostima

Foto: V. Stojanović



▲ Slika 21. Turistički znak sa podatkom o poziciji otiska stopala dinosaurususa na ulazu u Nacionalni park „Brioni“ (Istra, Hrvatska)

Foto: V. Stojanović



▲ Slika 22. Tabla sa znakom UNESCO Svetske baštine u Portu (Portugalija) o istoriji ulice „Rua das Flores“

Foto: V. Stojanović



▲ Slika 23. „Plava ploča“ – usvojeni standard u Velikoj Britaniji, u znak sećanja na vezu između neke lokacije i poznate ličnosti; kuća u kojoj je živio Džordž Orvel (Noting Hil, London)

Foto: V. Stojanović



▲ Slika 24. Turističko-informativna tabla u Nacionalnom parku „Bavarska šuma“ (Nemačka) sa podacima o štetnosti opuška u prirodi

Foto: V. Stojanović

Posebne mogućnosti za interpretaciju prirodnih i kulturnih vrednosti pružaju ekološko-edukativne staze u zaštićenim područjima (Slika 25). One su uglavnom duž atraktivnih lokacija, koje upravljači zaštićenih područja žele dodatno da približe turistima, uz pomoć informativnih tabli na kojima su podaci o prirodnim vrednostima, kodeksi ponašanja i geografske karte.

turisti aktivno obeshrabruju, u isto vreme kada se ohrabruju posetioci sa, na primer, velikom potrošnjom. Dakle, demarketing je suprotnost od ciljanog marketinga. Indirektne strategije demarketinga uključuju smanjenje ukupne promocije, povećanje cena i eliminaciju proizvoda koji privlače nepoželjne tržišne segmente. Na primer, nacionalna turistička organizacija Tajlanda je koristila svoju zvaničnu veb-stranicu i druge medije da objavljuje sve strože kazne namenjene pedofilima i drugim nepoželjnim grupama seksualnih turista. Međutim, nenamerna posledica ovakvih uspešnih politika može biti izmeštanje ovih segmenata na druge destinacije, pa su tako mnogi pedofili, odvracani od posete Tajlandu, završili u potrazi za novim iskustvima u Gambiji (Weaver, 2006).

Saglasno tendenciji porasta broja turista u svetu, potreba da se upravlja turističkim pristicima dobija na značaju. Međutim, važno je i saznanje da sa razvojem trendova u turizmu svoja očekivanja menjaju i sami turisti. Kako sve više posetilaca zahteva iskustva koja mogu

da pruže posebna sećanja, tako postoji i potreba za obezbeđivanjem upravljanja posetiocima koje neće umanjiti značaj sveukupnog susreta sa atrakcijama u nekoj destinaciji. Ovo može zahtevati složenu komunikaciju zasnovanu na informisanju i očekivanjima. Brzi razvoj mobilne tehnologije može da ponudi posebnu priliku u upravljanju posetiocima. Pružanje informacija i mogućnost za povoljnu rezervaciju karata pomoću namenskih mobilnih aplikacija, može pomoći u tome da se osigura lakše planiranje putovanja. GPS u mobilnim telefonima može da pruži ažurirane informacije o atrakcijama u neposrednoj blizini. Konačno, kako se budžeti za opremanje mnogih atrakcija smanjuju, troškovi upravljanja posetiocima mogu postati veći problem. Od vitalnog je značaja prepoznavanje toga da uspešno upravljanje posetiocima može osigurati zaštitu resursa, smanjujući tako verovatnoću da će se kasnije pojaviti troškovi za sanaciju oštećenih objekata. Poboljšana iskustva posetilaca mogu povećati vreme zadržavanja, pozitivne usmene komentare i zapažanja, što može potencijalno povećati i obim turističke potrošnje (Holloway and Humphreys, 2016).

## TEHNIKE KONTROLE UTICAJA POSETILACA

Povećanje obima turističkog korišćenja lokaliteta i destinacija može biti praćeno negativnim ekološkim i društvenim uticajima. Ovim uticajima treba upravljati kako bi se očuvale vrednosti destinacija. Razvijeni su brojni okviri za planiranje uticaja posetilaca s ciljem da se pomogne menadžerima u sprečavanju, suzbijanju ili minimalizovanju uticaja na životnu sredinu. Ovde se analiziraju: noseći kapacitet, granice prihvatljivih promena, procena uticaja na životnu sredinu i spektar rekreativnih mogućnosti. Svaka od ovih tehnika je namenjena tome da dopuni postojeće procese u upravljanju turizmom.

### Noseći kapacitet

Činjenica da turistička aktivnost utiče na društvene, kulturne, ekološke i ekonomske aspekte

destinacije nosi sa sobom značajne implikacije po održivost. Čak i u uslovima ekološki sve-sne turističke privrede ili ekološki prihvatljivih turističkih aktivnosti postojeće određeni pragovi iznad kojih negativni uticaji mogu lako da nadmaše ekonomsku korist. Pozitivni uticaji turizma mogu da se umanje ukoliko se njegov obim povećava, zbog pragova nosivosti iznad kojih će prekobrojni turisti stvoriti neprihvatljive i negativne uticaje – ekonomske, ekološke ili društvene. Prekoračenje ovih pragova će uticati na sve aspekte razvoja turizma:

- fizički pragovi će ograničiti obim turističkih tokova i izložiti turiste opasnostima po bezbednost,
- ekološki pragovi će takođe ograničiti turističke tokove stvarajući sekundarne probleme, kao što su opasnost po zdravlje ili smanjenje obima atraktivnosti destinacije,

- društveni i kulturni pragovi će generisati ogorčenost i antagonizam prema turistima iz populacije domaćina,
- pragovi protoka turista će uticati na nivoe njihovog zadovoljstva i navesti ih da traže bolji proizvod na drugom mestu,
- ekonomski pragovi će dovesti do pogrešne alokacije resursa i faktora proizvodnje kako cene rastu i nastaju dodatni troškovi (Fletcher et al., 2018).

Noseći kapacitet je maksimalan broj ljudi koji mogu da koriste neko područje bez neprihvatljivih promena u fizičkom, društvenom, kulturnom i ekonomskom segmentu životne sredine neke destinacije i bez neprihvatljivog pada kvaliteta iskustva koje posetioci stiču. Tehnika nosećeg kapaciteta je primenljiva u prirodnim i izgrađenim okruženjima, iako se u velikoj meri odnosi na ova prva. Premda je noseći kapacitet naizgled privlačan i koristan kao koncept, u praktičnoj primeni je došlo do velikih poteškoća što je u nekim situacijama dovelo do njegovog delimičnog napuštanja i zamenе za tehniku granica prihvatljivih promena (Wall and Mathieson, 2006). Ipak, noseći kapacitet je višestruko važan za održivi turizam, jer kao vid turizma on insistira na balansu broja posetilaca i nosećeg kapaciteta nekog okruženja, na način koji omogućava najveću interakciju i užitek sa najmanje degradacije. Kada se previše ljudi okupi na lokalitetu, koji ne može da podnese ovaj priliv, noseći kapacitet mesta je ugrožen, što zauzvrat šteti životnoj sredini destinacije, ima negativan uticaj na lokalno stanovništvo, dok ekonomija određiškog područja na kraju počinje i da opada (Edgell, 2020).

Na osnovu analize pragova koji se ne smeju prekoračiti i definicije nosećeg kapaciteta, očigledno je da postoje različiti elementi u nosećem kapacitetu, koji ne obuhvataju isključivo razmatranja o uticaju u fizičkom okruženju. Prema nekim stanovištima, postoje najmanje četiri različita tipa nosećeg kapaciteta, gde svi imaju granične nivoe i iznad kojih se smatra da je nosivost prekoračena: (1) ekonomski kapacitet – pokazuje stepen zavisnosti privrede od turizma; (2) psihološki kapacitet – obuhvata izraženi nivo zadovoljstva posetilaca u vezi sa destinacijom; (3) ekološki kapacitet – pokazuje obim i stepen uticaja turizma na fizičko okruženje i (4)

društveni kapacitet – iskazuje reakciju lokalne zajednice na turizam (Holden, 2008).

Dve grupe faktora utiču na usvajanje nosećeg kapaciteta: lokalni i strani (Slika 26). U lokalne faktore spadaju:

- **Društvena struktura** destinacije je od vitalnog značaja za određivanje obima i prirode bilo kakvih uticaja. Na primer, uzimajući u obzir dva krajnja slučaja, društvene strukture Londona, Njujorka i Sidneja su sposobnije da apsorbuju i tolerišu prisustvo turista, nego gradovi kao što su Apija u Zapadnoj Samoju ili Port Luis na Mauricijusu. Prvi mogu podneti prisustvo turista bez značajnih promena u njihovim društvenim strukturama, jer su se te promene već dogodile. Ovo su brojnije zajednice sa kosmopolitskim predznakom, što ih čini prilagodljivijim u odnosu prema promenama. Drugi imaju relativno malu brojnost u populaciji, prošireni porodični sistem je još uvek u velikoj meri netaknut i nemaju tako kosmopolitsku strukturu. Stoga, neka društva mogu prihvatiti turizam velikog obima sa malo očiglednih uticaja, dok druga to ne mogu.
- **Kulturno nasleđe** destinacije je veoma važno kada se pokušava utvrditi uticaj turizma i noseći kapacitet. Što je kulturna pozadina osobenija, to destinacija može postati privlačnija potencijalnim turistima i veća je verovatnoća da će na nju negativno uticati prisustvo turista. Krajnji rezultat je ili uništavanje kulturnog nasleđa ili, što je verovatnije, deformacija lokalne kulture kroz isceniranu autentičnost i prekomernu komercijalizaciju kulturnih obeležja i tradicije (npr. igre i nošnje, verske ceremonije, umetnost i zanati). Destinacije tako postaju karikature svoje nekadašnje autentičnosti.
- **Životna sredina** će biti promenjena prisustvom turista, ma koliko oni bili savesni ili koliko pažljivo bude bila planirana njihova turistička aktivnost. Životna sredina može biti izmenjena ili izvorna. Generalno, prvi tip je otporniji na uticaje turizma u odnosu na drugi. Promena životne sredine je neizbežna i biće očiglednija i izraženija u onim oblastima koje su slabo naseljene i koje nisu podložne čestim turističkim posetama velikog obima. Što je životna sredina krhkija i osobenija, to je podložnija promenama pod

uticajem prisustva ljudi. Takođe, važno je zapamtiti da životnu sredinu menjaju mnogi faktori, a ne samo turizam i često je teško izolovati uticaje koje stvaraju turisti od onih koje stvaraju ti drugi faktori.

- **Ekonomska struktura** će odrediti koristi i štete u vezi sa turističkom aktivnošću. Generalno, što je privreda razvijenija i više industrijalizovana, to je robusnija i više prilagodljiva. Kako ekonomije rastu i diverzifikuju se, rastu i veštine radne snage. Ovo, zajedno sa prefinjenijim sistemom kapitala, omogućava takvim ekonomijama da odgovore i prilagode se promenama koje donosi turizam. Države sa razvijenim ekonomijama će moći da obezbede najveću korist od turističke aktivnosti uz minimalne štete. Nasuprot tome, ekonomije koje nisu sofisticirane mogu iskusiti kako brzi razvoj turizma drastično remeti resurse i uspostavlja navike uvoza, koji će biti nastavljen i u budućnosti. Ekonomije moraju biti snažne i razvijene da bi mogle da se prilagode svim turističkim pritiscima.
- **Politička struktura** može uticati na turizam i noseći kapacitet na više načina. Pre svega, politička nestabilnost će odvratiti turiste i samim tim ometati razvoj turizma. Neke grupe turista su osetljivije na političku nestabilnost od drugih. Politička struktura, takođe, može imati direktan uticaj na razvoj turizma ako se, odražavajući ideale i uverenja stanovništva, odluči da turizam treba ograničiti ili čak obeshrabriti. Neke države ograničavaju razvoj turizma limitiranjem broja viza koje se izdaju u toku godine (npr. Butan), dok druge mogu povećati troškove dobijanja viza ili otežati njihovo dobijanje, što dodatno demotiviše turiste.
- **Resursi** i njihova dostupnost na lokalnu (npr. radna snaga, kapital, zemljište) verovatno će imati veliki uticaj na prihvatljivost i poželjnost razvoja turizma, pa čak i na odabir oblika razvoja. Tamo gde su resursi oskudni, konkurencija za njihovo pridobijanje će biti velika, a cena korišćenja resursa u turizmu će, takođe, biti visoka. Lokalna infrastruktura je deo baze resursa. Ako se infrastruktura preterano koristi zbog razvoja turizma, onda to može izazvati ogorčenost i neprijateljstvo među lokalnim stanov-

ništvom. Suprotno ovome, razvoj turizma može dovesti do poboljšanja infrastrukture, koja će biti dostupna kako domaćinima tako i turistima, a to bi moglo poboljšati život lokalne zajednice (Fletcher et al., 2018).

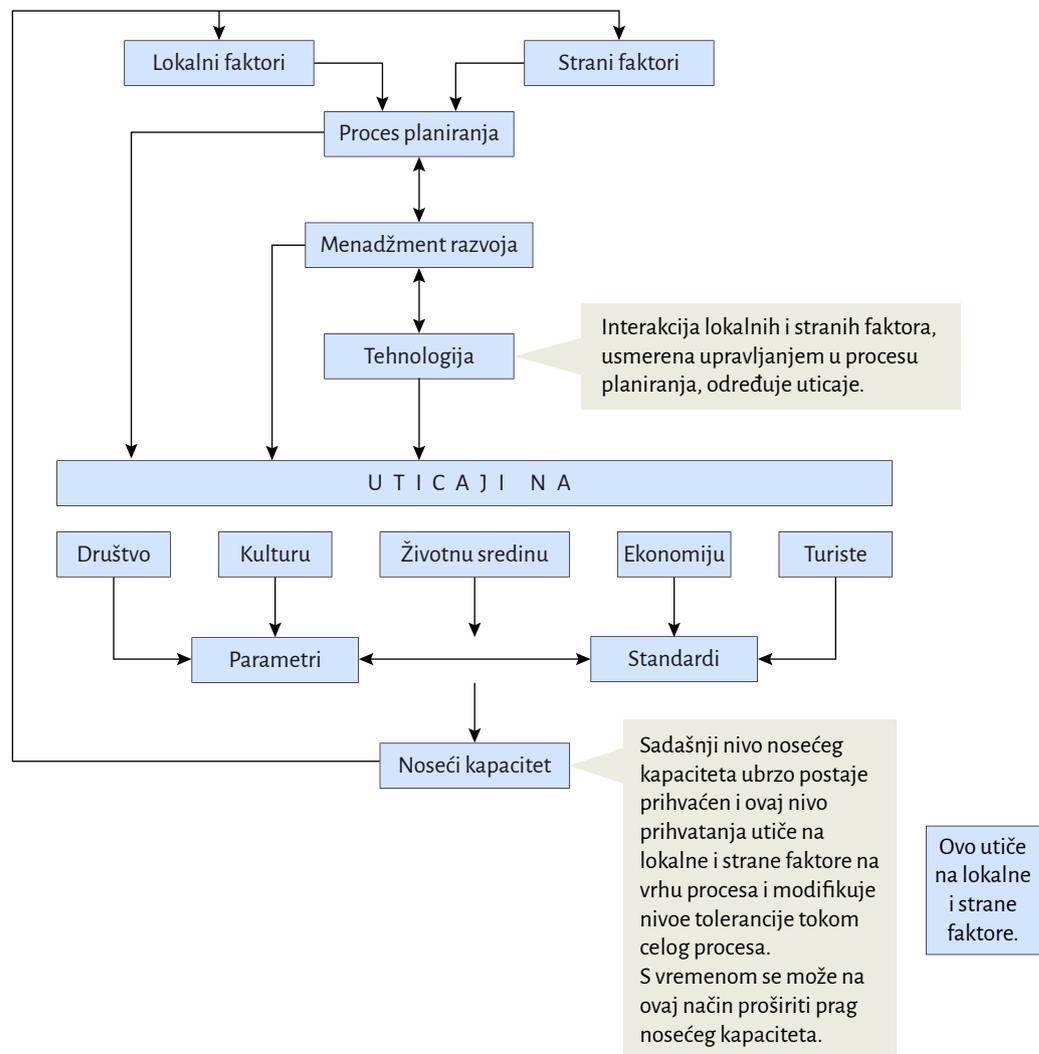
U strane faktore procesa određivanja nosećeg kapaciteta spadaju:

- **Karakteristike turista** su važan faktor u određivanju društvenog i kulturnog uticaja turizma na zajednicu domaćina. Na primer, verovatnije je da će turisti koji pripadaju masovnim ili čarter grupama imati veći društveni i kulturni uticaj od onih koji pripadaju istraživačkim, avanturističkim i etno turističkim kategorijama. Prvi imaju tendenciju da zahtevaju pogodnosti zapadnog društva i donose vlastitu kulturu sa sobom, bez prilagođavanja u odnosu na lokalne norme i običaje. Ovi drugi imaju tendenciju da budu više naklonjeni lokalnim tradicijama i aktivno ih traže, kao deo svog iskustva na putovanju. Međutim, to nije uvek slučaj. Važan faktor je relativna razlika između turista i domaćina. Što je veća razlika u društvenom i kulturnom poretku domaćina i turista, veći su uticaji i promene. Karakteristike turista se odnose na obrasce potrošnje, način prevoza, strukturu i veličinu zabave, godine starosti, obrazovanje, prihode i svrhu posete.
- **Vrste turističkih aktivnosti** su usko povezane sa karakteristikama turista. Međutim, prisustvo određenih aktivnosti, kao što je kockanje, može doneti specifične društvene probleme i stres, koji su daleko veći od onih u vezi sa istim brojem turista, ali posvećenih nekim drugim aktivnostima. Kockanje sa sobom može doneti povećane rizike za zajednicu domaćina, ali i za druge turiste. Problem može biti i u izloženosti prostituciji, drogi i kriminalu. Svi ovi faktori će doprineti nižem nivou nosećeg kapaciteta. Najzad, ne moraju to biti samo radikalni slučajevi kockanja i prostitucije, već i destinacije sa veoma krhkim ekosistemima ili sa populacijama retkih vrsta ptica, mogu više stradati, čak i onda kada su izložene uticajima malih grupa turista iz segmenta posebnih interesovanja.

- **Planiranje, menadžment i tehnologije** su isto važni spoljašnji faktori u određivanju nosećeg kapaciteta. Planiranje se bavi organizacijom faktora koji utiču na buduće događaje. Menadžment turizma je proces kojim se planovi ostvaruju u praksi. Promene u tehnologiji će imati direktne i indirektne uticaje na poteškoće u vezi sa zadacima planiranja i upravljanja. S obzirom na interakciju lokalnih i stranih faktora unutar okruženja domaćina, proces planiranja i upravljanja destinacijom treba da ima za cilj obezbeđivanje maksimalno pozitivne koristi sa minimalnim negativnim uticajima, odnosno onako kako to diktiraju ciljevi planiranja (Fletcher et al., 2018).

Bez obzira na to što je noseći kapacitet dao metodološki i praktičan doprinos u upravljanju rekreativnim i turističkim resursima, a

pre svega u zaštićenim područjima, ispostavilo se da ova tehnika ima i dosta propusta. Pre svega, postoje brojni argumenti koji idu u prilog tome da je nemoguće propisati jedinstveni noseći kapacitet za jedno područje i da je svaki usvojeni kapacitet subjektivan. O tome svedoče i česte promene već prihvaćenog kapaciteta za jednu istu destinaciju (Hall and Page, 2014). Zatim, proračunima u nosećem kapacitetu mogu da manipulišu turoperatori, upravljači zaštićenih područja ili državni službenici, kako bi promovisali ekskluzivnost destinacije ili kako bi predstavili sposobnost primanja većeg broja turista (Mowforth and Munt, 2016). Najzad, politički razlozi mogu ometati sprovođenje koncepta nosećeg kapaciteta, jer bi najmerodavnija za nadziranje nosećeg kapaciteta bila lokalna ili regionalna vlada, ali je za privatni sektor to neprihvatljivo pošto se on generalno protivi spoljnoj kontroli koju sprovodi vlada.



► **Slika 26.** Faktori nosećeg kapaciteta  
Izvor: Fletcher et al., 2018.

Pored toga, a s obzirom na nedostatak preciznih podataka o vlasništvu u slučaju turističkih resursa, pitanje odgovornosti u njihovom upravljanju je veoma problematično. Upravo ova konceptualna fragmentiranost ometa primenu nosećeg kapaciteta (Holden, 2008).

### Granice prihvatljivih promena

Koncept granica prihvatljivih promena prihvata tezu da korišćenje resursa životne sredine na kraju dovodi do promena. Stoga je osnovni cilj ove tehnike upravljanje destinacijom ili atrakcijom na takav način da se prekomerni uticaji na okruženje, iznad unapred utvrđenog nivoa, neće dozvoliti. Sledeći cilj je davanje odgovora na sva pitanja i dileme u vezi sa sprečavanjem prekoračenja granica prihvatljivih promena (Hall and Page, 2014; Holloway and Humphreys, 2016). Izazov organizacije turizma, prema načelima granica prihvatljivih promena, nije sadržan u tendenciji sprečavanja bilo kakve promene izazvane ljudskim faktorom, već je prisutan u odlučivanju o tome koji obim promena će biti dozvoljen, zatim gde će biti dozvoljen i najzad, koje akcije su potrebne za kontrolu promena (Stankey et al., 1985).

Granice prihvatljivih promena obezbeđuju sistematski okvir za donošenje odluka, koje pomažu da se odrede oni resursi i društveni uslovi koji su prihvatljivi i koji propisuju odgovarajuće akcije upravljanja. Tehnika granica prihvatljivih promena ublažava sukob između rekreacije, turizma i zaštite životne sredine. Ona opisuje uticaje povezane sa različitim segmentima zaštite životne sredine. Takođe, pomaže da se postavi osnova za dozvoljeni obim promena u životnoj sredini, koji je u skladu sa različitim, prikladnim i prihvatljivim turističkim mogućnostima. Uspostavljanjem specifičnih indikatora i standarda, koji se odnose na zaštitu resursa, kao i njihovim praćenjem, moguće je odrediti koji uticaji na okruženje mogu biti dozvoljeni, pre nego što intervencija postane neophodna (Wearing and Schweinsberg, 2019).

U poslednje vreme alat granica prihvatljivih promena je predložen kao zamena za noseći kapacitet, zbog tvrdnji da je ovaj previše težak i subjektivan za identifikaciju, previše negativan i ograničavajući, ali i previše deter-

ministički nastrojen. Zato se kaže da granice prihvatljivih promena predstavljaju reformulaciju koncepta nosećeg kapaciteta (Weaver, 2006; Wearing and Schweinsberg, 2019). Granice prihvatljivih promena, nasuprot nosećem kapacitetu, otpočinju sa isticanjem vrednosti koje su predmet zaštite životne sredine, a zatim se fokusiraju na načine za postizanje ciljeva zaštite. Na primer, razmatra se obrazovanje posetilaca ili poboljšanje infrastrukture, sa ciljem primanja više poseta bez ugrožavanja integriteta prirodnog okruženja. Kod nosećeg kapaciteta je osnovno pitanje – „kada je previše korišćenja“, dok granice prihvatljivih promena insistiraju na tome „koji nivo promena je prihvatljiv“. Ipak, metodologija nosećeg kapaciteta nije potpuno isključena iz tehnike granica prihvatljivih promena. Stoga, kada se koriste granice prihvatljivih promena ili sličan model za identifikaciju obima i vrste promena, koje su prihvatljive, i dalje se mora postaviti pitanje – „kada je previše korišćenja“ (Weaver, 2006).

Sistem i proces planiranja granica prihvatljivih promena se sastoji iz devet koraka:

- identifikovanje pitanja i problema,
- definisanje i opisivanje mogućnosti,
- odabir indikatora za procenu resursa i društvenih uslova,
- sprovođenje inventara resursa i društvenih uslova,
- određivanje standarda za resursne i društvene indikatore,
- identifikovanje alternativnih rešenja i mogućnosti,
- identifikovanje akcija upravljanja za svaku od alternativa,
- procena i izbor alternative,
- sprovođenje akcija i monitoring stanja (Stankey, 1985).

Kritike na račun razvoja granica prihvatljivih promena su usledile zbog izostanka šire podrške od zainteresovanih strana. Zainteresovane strane iz lokalnog sektora turizma i lokalne zajednice mogu dati vredan doprinos u odabiru prihvatljivih standarda. Zainteresovane strane su obično od suštinskog značaja za pružanje ekonomske i političke podrške, neophodne za održavanje programa praćenja i implementacije upravljačkih odluka. Neuspeh

zbog odsustva uspostavljanja šire podrške zainteresovanih strana je rezultat toga što su granice prihvatljivih promena kreirali upravljači zaštićenih područja za upravljače zaštićenih područja. Tri ključna problema su prisutna u primeni granica prihvatljivih promena: (1) upotreba reči „granice“ u samom imenu, koju je turistička privreda protumačila kao obeshrabrujuću za rast, pa samim tim i za poslovanje; (2) konvencionalno uski fokus na stanje fizičkog okruženja i samo delimično na suštinu doživljaja posetilaca, dok su druge važne dimenzije poput karakteristika turističkog tržišta, socio-kulturnih aspekata lokalne zajednice i ekonomske aktivnosti povezane sa turističkom privredom, potpuno ili delimično isključene; (3) nedostatak kooperativnog pristupanja sektora turizma identifikaciji prihvatljivih indikatora i standarda. Iz pomenutih razloga rezultati monitoringa postaju skloni nagađanjima, posebno ako se otkriju iznenađujuće ili kontroverzne posledice (Hall and Page, 2014).

Granice prihvatljivih promena imaju najduži staž primene u zaštićenim područjima SAD, odakle i potiču kao koncept u planiranju i organizaciji turizma.

### **Procena uticaja na životnu sredinu**

Baš kao što i samo ime ovog alata ističe, procena uticaja na životnu sredinu se bavi prognozom predviđenih uticaja razvoja na životnu sredinu i na taj način se obezbeđuju donosiocima odluka informacije o verovatnim posledicama povučenih poteza u planovima turističkog razvoja (Holden, 2008). Rezultati procene se mogu predstaviti kao kvalitativni i kvantitativni. Procena uticaja na životnu sredinu je stekla poštovanje kao jedan od najvažnijih alata dostupnih donosiocima odluka u državnom sektoru i u njihovim naporima da se spreči dalje pogoršanje stanja životne sredine. Ne mora da znači da će se ona koristiti samo na lokalnom nivou i ne samo za identifikaciju potencijalnih uticaja, već može biti korisna u inicijativama integracije životne sredine i razvoja. Za opstanak i razvoj turističke privrede, prema načelima održivog razvoja, procena uticaja na životnu sredinu je poželjna i korisna zbog svog anticipativnog pristupa. Samo tamo gde rezultat procene jasno pokazuje da će ra-

zvoj biti ekološki odgovoran i da će sačuvati primarne turističke resurse destinacije, treba da bude odobrena realizacija planiranih aktivnosti. Ipak, ova tehnika nije egzaktna nauka i njom se može manipulirati, baš kao i u slučaju većine drugih tehnika planiranja turizma. Nažalost, povremeno postoji opasnost od procene uticaja na životnu sredinu koja neće biti kritična, isključivo s funkcijom da omogući prihvatanje projekta koji se razmatra, a ne da ga konstruktivno ometa (Mowforth and Munt, 2016).

Poreklo procene uticaja na životnu sredinu, kao formalnog dela procedure planiranja, može se pratiti od donošenja Zakona o nacionalnoj politici životne sredine u SAD, 1969. godine, koji je zahtevao pripremu procene uticaja na životnu sredinu kod federalnih agencija za sve velike projekte. Usvajanje ovog zakona je bilo praćeno glasnim pozivom ekoloških grupa da se obrati pažnja na posledice razvoja u životnoj sredini. Tako je uvođenje procene uticaja na životnu sredinu nastalo kao odgovor na politički pritisak rastućeg ekološkog lobija, ali isto i kao pokušaj da se uvede nova tehnika planiranja. Korišćenje procene uticaja na životnu sredinu može varirati od nivoa razvoja specifičnog za neki lokalitet do strateških procena u zaštiti životne sredine, koje imaju za cilj ispitivanje posledica politike razvoja prema životnoj sredini. Procenom uticaja na životnu sredinu se obično procenjuju sledeći i budući nivoi zagađivanja: buka, vizuelni uticaj, kvalitet vazduha, hidrološki uticaj, korišćenje zemljišta i promene u predelu povezane sa razvojem. Većina procena uticaja na životnu sredinu uključuje pet faza: identifikaciju uticaja, njegov monitoring, tumačenje značaja uticaja, prikazivanje rezultata ocenjivanja i razvoj odgovarajućih šema praćenja (Holden, 2008).

Metodologije procene uticaja na životnu sredinu su različite i mogu obuhvatiti korišćenje kontrolnih lista ključnih uticaja, kartografsku analizu prostornih uticaja i simulacione modele ili tehnike predviđanja. Njihove prednosti su u tome što, kada se pravilno integrišu u faze planiranja projekta, treba da pomognu donosiocima projekata da predvide uticaje na životnu sredinu, omoguće efikasnije poštovanje ekoloških standarda i smanje potrebu za naknadnom i potencijalno skupom revizijom projekata. Opšti cilj održivog razvoja je takođe dostižan kada se

unapred proceni uticaj na životnu sredinu. Međutim, procena uticaja na životnu sredinu je izazvala kritike i to zbog:

- fokusa na fizičke i biološke uticaje, a ne na širi spektar promena u životnoj sredini;
- mogućnosti primene samo u određenom projektu i na lokalnom geografskom nivou, zanemarujući tako šire veze i uticaje;
- ispunjavanja isključivo zahteva zakonodavnog i institucionalnog okvira u kome deluje;
- ograničenog opsega naučnih i drugih podataka, kao sredstva za procenu verovatnih uticaja;
- zagovaranja tehnokratskih rešenja ekoloških problema, što neki zagovornici održivog razvoja smatraju neprikladnim (Williams and Lew, 2015).

Bez obzira na ograničenja, procena uticaja na životnu sredinu je pokazala mogućnost svoje primene u turizmu (kod hotelskih objekata, turističkih atrakcija, marina, prateće infrastrukture – aerodroma, puteva, postrojenja za tretman otpada, energetske postrojenja) i to u raznim delovima sveta. U nekim državama projekti izgradnje turističkih objekata su posredstvom zakonske obaveze povezani sa tehnikom procene uticaja na životnu sredinu. Na primer, u Južnoj Koreji su još od 1981. godine turistički kompleksi, zajedno sa vodonim i energetske postrojenjima, industrijskim područjima, lukama, železnicama, putevima i aerodromima, uključeni u proceduru procene uticaja na životnu sredinu. U državama Evropske ekonomske zajednice, koja je preteča današnje Evropske unije, usvojeno je još osamdesetih godina 20. veka da svi ski-liftovi, žičare, putevi, luke, aerodromi, marine za jahte, turistička naselja i hotelski kompleksi, moraju da podležu proceni uticaja na životnu sredinu (Holden, 2008).

### **Spektar rekreativnih mogućnosti**

Spektar rekreativnih mogućnosti je snažno povezan sa nosećim kapacitetom i granicama

prihvatljivih promena (Weaver, 2006), pa se i njegova metodologija zasniva na određivanju nosećeg kapaciteta u rekreativnim zonama, na primer, zaštićenih prirodnih dobara. Ova tehnika, takođe, razmatra sve komponente i faktore koje treba uključiti u analizu (npr. prirodu okruženja, profil korisnika, sve angažovane resurse, vrste rekreativnih aktivnosti), a isto tako uključuje sisteme indikatora i brze procene. Najzad, spektar rekreativnih mogućnosti se može primeniti i u slučaju nekih drugih oblika turizma, koji se ne zasnivaju samo na rekreaciji, na primer u ekoturizmu i turizmu zasnovanom na prisustvu stanovništva lokalnih zajednica (Wearing and Schweinsberg, 2019).

Pravilna primena spektra rekreativnih mogućnosti bi značila tačno određenu rekreativnu namenu područja unutar zaštićenih prirodnih dobara, ili negde drugde, u skladu sa stepenom do koga mogu biti održive određene aktivnosti. Podsticanje raznovrsne palete rekreativnih aktivnosti unutar oblasti koje su saglasne sa tim aktivnostima, glavna je prednost spektra rekreativnih mogućnosti, kao i njegova sposobnost da obezbedi osnovu za formalno zoniranje i strukture upravljanja turizmom. Smatra se da je 30% kopnene površine SAD klasifikovano kroz spektar rekreativnih mogućnosti do ranih osamdesetih godina 20. veka i da je, isto tako, široko primenjen u zaštićenim područjima Australije i Novog Zelanda (Weaver, 2006). Na Tajvanu se spektar rekreativnih mogućnosti koristio u svrhu razvoja ekoturizma, kada je uvedena i sledeća klasifikacija mogućnosti: specijalizovana i srednja avantura; specijalizovano, srednje i popularno ekoturističko iskustvo i kulturno skeniranje (Wearing and Schweinsberg, 2019).

Slabosti spektra rekreativnih mogućnosti uključuju potencijalno neslaganje oko toga kako određene oblasti treba da budu postavljene prema rekreaciji (Weaver, 2006), a nedostatak se ogleda i u striktnim tehničkim procenama, prisutnim umesto vrednosnih sudova koji odmeravaju resurse i društvene uticaje zajedno sa potrebama ljudi.

## ZONIRANJE TURIZMA

Zoniranje je opšte prihvaćena tehnika upravljanja životnom sredinom u turizmu (Wall and Mathieson, 2006; Mowforth and Munt, 2016). Zoniranje se i pre početka razvoja masovnog turizma koristilo prilikom određivanja namene zemljišta u urbanim sredinama, kako bi se osiguralo da nekompatibilni razvojni koncepti (npr. stambeni i industrijski) nisu suprotstavljeni. Isti način rezonovanja je prikladan i prisutan kod primene ovog alata u slučaju turističke privrede (Eagles and McCool, 2002). Zoniranje u turizmu je strategija upravljanja teritorijama, primenljiva na različitim prostornim skalama – od lokalnog do nacionalnog nivoa, koja ima za cilj integrisanje turizma sa životnom sredinom. Zadatak zoniranja je određivanje precizne i konkretne namene turističkog korišćenja na tačno određenim površinama i to na osnovu njenih različitih prirodnih i društvenih karakteristika. Zoniranje se može koristiti da bi se isključilo prisustvo turista (npr. delovi zaštićenih područja), da bi se uklonile ekološki štetne aktivnosti ili da bi se ograničio broj lokacija na kojima turisti mogu da borave (Holden, 2008).

U cilju usklađivanja nivoa razvoja turizma i određenih površina, zoniranje u turizmu se

postavlja kao komplementarna tehnika sa npr. procenom uticaja na životnu sredinu ili spektrom rekreativnih mogućnosti. Politika razvoja zoniranja turizma se tako mora organizovati da dopunjuje strategije koncentrisanja turista na poželjne lokalitete – „honeypot“, koje planeri ponekada zovu „žrtvovanim područjima“. Tako se obezbeđuje da se sa osetljivih lokaliteta posetioci preusmere na one alternativne i pogodnije, čime se efikasno sprečava dalji prodor većine turista i zaustavlja negativni uticaj na životnu sredinu (Williams and Lew, 2015).

Zoniranje se može primenjivati za razne turističke aktivnosti, u različitim oblicima turizma i kod više tipova turističkih destinacija. U destinacijama masovnog turizma i kod njihovih rekreativnih aktivnosti zoniranje se nameće kao imperativ, a najbolji primer za to su obale mora sa pripadajućim plažama. Štaviše, zoniranje treba da bude osnovna aktivnost u upravljanju plažama, jer od toga ne zavisi samo stanje životne sredine, već i kvalitet turističkog doživljaja. U ovakvom pristupu zoniranje pomaže u postizanju održive ravnoteže između rekreativnog korišćenja i očuvanja prirode (Slika 27), što je i jedan od osnovnih ciljeva ovog alata u planiranju održivog turizma

► **Slika 27.** Primer zoniranja obale koja je, u granicama zaštićenog područja, preuređena u plažu – Palombađa, Korzika (Francuska); fizička barijera, u vidu ograde, odvaja zonu rekreacije od zone zaštite prirode na obližnjim dinama  
Foto: V. Stojanović



(Hall and Page, 2014). Zatim, zoniranje može bitno da pomogne u očuvanju vrednosti biodiverziteta, tako što će turizam prilagoditi stepenu osetljivosti nekog predela i aktivnostima njegove zaštite (German Federal Agency for Nature Conservation, 1997), a naročito dolazi do izražaja u slučaju zaštićenih područja. Biofizički i društveni uslovi u zaštićenim područjima (npr. nacionalnim parkovima) često variraju od jednog do drugog mesta. Posetioce očekuju različiti uslovi sredine u različitim delovima nekog zaštićenog područja. Prirodna raznolikost predstavlja defakto zoniranje u okvirima turističkih mogućnosti za posetioce zaštićenog područja i snažno utiče na aktivnosti upravljanja. Najzad, zoniranje u zaštićenim područjima može biti i propisano kao akt prilikom upravljanja zaštićenim područjem, koji se zasniva na aktuelnim uslovima unutar tog područja, ciljevima upravljanja zaštićenim područjem, kao i lokacijama važnih vrednosti i karakteristika, a zatim i na potražnji za rekreativnim mogućnostima i turističkim uslugama (Eagles and McCool, 2002).

Svetska turistička organizacija je dala svoj doprinos u boljem razumevanju uloge zoniranja koje, na osnovu pravilnog prepoznavanja resursa, naknadno identifikuje gde se turizam može, a gde ne može odvijati. Ova organizacija prepoznaje četiri zone razvoja turizma u zaštićenim područjima: zonu stroge zaštite („zona utočišta“, gde prisustvo ljudi nije dozvoljeno), zonu divljine (gde su posete dozvoljene, ali samo pešice), zonu turizma (gde se posetioci podstiču na različite i kompatibilne načine korišćenja resursa) i zonu razvoja (gde su koncentrisani turistički objekti) (UNWTO, 1992).

Positivan primer zoniranja u turizmu je i onaj koji se primenjuje u sistemu Servisa nacionalnih parkova Kanade. Ova organizacija upravlja sa više od trideset nacionalnih parkova, koji pokrivaju ukupnu površinu od 180.000 kilometara kvadratnih. U svakom od njih je određeno pet zona, kategorisanih na osnovu baze resursa unutar područja i obima rekreativnog pristupa, koji je tu dozvoljen. Zoniranje je osmišljeno na sledeći način:

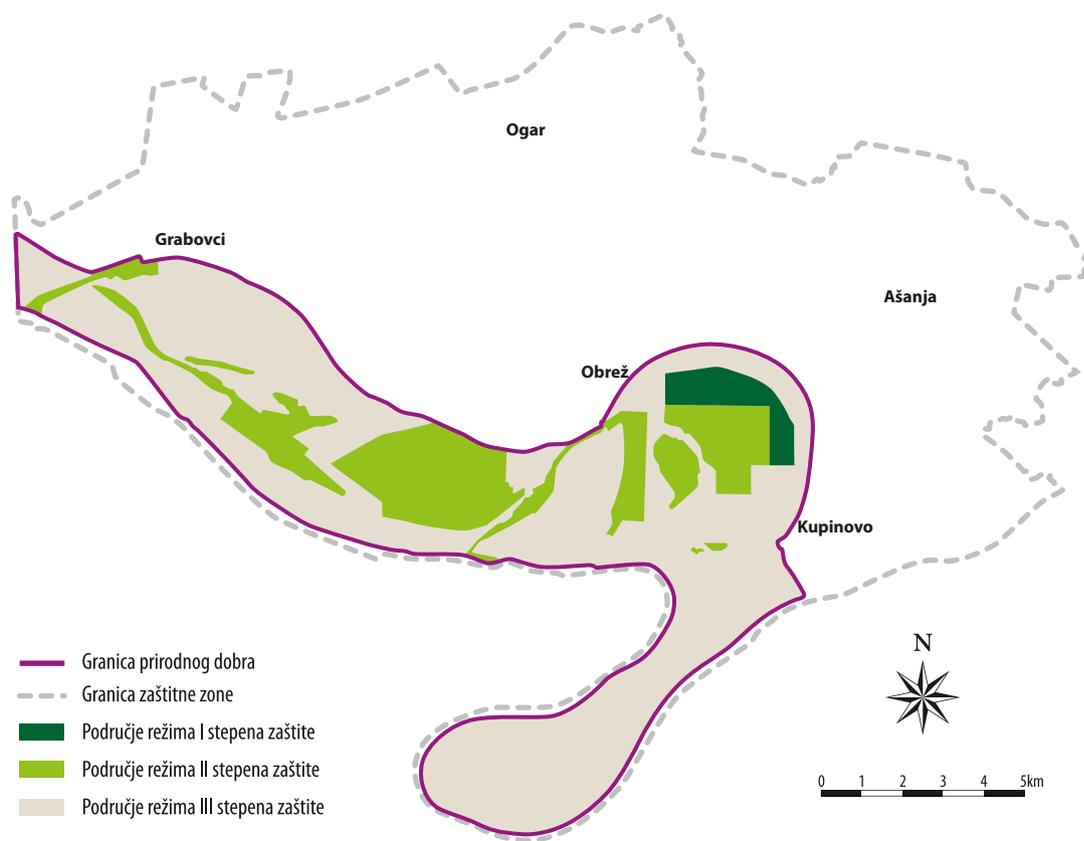
- zona 1: striktna zaštita – područja koja sadrže strogo zaštićene i retke ili ugrožene vrste i gde je pristup strogo kontrolisan;

- zona 2: divljina – predstavlja od 60% do 90% površine parka, gde je primarni cilj očuvanje resursa, a korišćenje je dozvoljeno samo sa ograničenim kapacitetima;
- zona 3: prirodno okruženje – ovo područje deluje kao tampon zona između zone 2 i zone 4 i gde je pristup prvenstveno dozvoljen na nekom od nemotorizovanih načina;
- zona 4: rekreacija – obuhvata područja sa objektima za noćenje, kao što su kampovi i oni su najviše koncentrisani u ovoj oblasti;
- zona 5: usluge u parku – ova oblast je veoma modifikovana i pruža raznovrsne usluge, ali obuhvata manje od 1% površine parka (Holden, 2008).

U zaštićenim područjima Srbije se primenjuje tehnika zoniranja na osnovu Zakona o zaštiti prirode, koji prepoznaje režim zaštite kao skup mera i uslova kojima se određuje način i stepen zaštite, korišćenja, uređenja i unapređenja zaštićenog prirodnog dobra. U njemu se uspostavljaju sledeći režimi zaštite: I stepena, II stepena i/ili III stepena (Slika 28). U I stepenu zaštite utvrđuje se zabrana korišćenja prirodnih bogatstava i isključuju svi drugi oblici korišćenja prostora i aktivnosti, osim naučnih istraživanja i kontrolisane edukacije. U II stepenu zaštite moguće su upravljačke mere u cilju restauracije, revitalizacije i ukupnog unapređenja prirodnog dobra i tradicionalne delatnosti, koje tokom svog odvijanja nisu ugrozile primarne vrednosti prostora. U III stepenu zaštite dozvoljeno je selektivno i ograničeno korišćenje prirodnih resursa, između ostalog, i kroz razvoj ekološkog, ruralnog, zdravstvenog, sportsko-rekreativnog i ostalih vidova turizma u skladu sa principima održivog razvoja (Službeni glasnik Republike Srbije, br. 36/2009).

Turistički radnici bi pored poštovanja režima zaštite, prilikom osmišljavanja turističkih aktivnosti i izgradnje objekata, mogli da doprinesu i uravnoteženom turističko-ekološkom razvoju unutar pojedinačnih zona u zaštićenom području. Neki predeli su unutar jedne zone zaštite popularniji za upražnjavanje rekreativnih aktivnosti od drugih i pored toga što u pogledu turističke valorizacije ne nude ništa više. Pravilnim i pravovremenim zoniranjem neophodno je ravnomerno rasporediti te

▲ **Slika 28.** Primer zoniranja u zaštićenim područjima Srbije – Specijalni rezervat prirode „Obedska bara“  
 Izvor: Pokrajinski zavod za zaštitu prirode  
 Kartu prilagodio: dr Lazar Lazić



aktivnosti u cilju bolje zaštite prirodnih vrednosti, ali i njihove kvalitetnije promocije. Ovo se posebno odnosi na površinski velika zaštićena područja, sa prostranim teritorijama u režimima II i III stepena zaštite.

Prednosti zoniranja, u smislu očuvanja prirodnih resursa, ogledaju se u: (1) definisanju tipova turizma i drugih rekreativnih aktivnosti pogodnih za različita prostorna područja i ekosisteme; (2) pružanju pomoći u upravljanju uticajima posetilaca, kako bi se osiguralo da oni ne prelaze granice prihvatljivi

vih promena i (3) povećanju svesti zainteresovanih strana u turizmu o ekološkim vrednostima ekosistema i prirodnih resursa (Eagles and McCool, 2002). Ipak, kao i u slučaju drugih tehnika ne treba očekivati da je zoniranje apsolutna i konačna tehnika za rešavanje svih problema u nastojanju za postizanjem ciljeva održivog turizma. Zoniranje će biti uspešno ukoliko se kvalitetno kombinuje sa drugim tehnikama planiranja i organizacije turizma, uključujući ovde i etičke kodekse ili kodekse ponašanja.

## ETIČKI KODEKSI

Razvoj etike u turizmu odvijao se zahvaljujući ugostiteljskom menadžmentu i stavljanju naglaska na odnos ugostiteljstva prema usluzi i poslovanju. Snažan podsticaj etičkom pristupu u turizmu dalo je osnivanje Međunarodnog instituta za kvalitet i etiku u uslugama i turizmu (International Institute for Quality and Ethics in Service and Tourism – IIQUEST), sa zadatkom da se premosti jaz između etike i pitanja koja se odnose na zajednicu, seksual-

no uznemiravanje, pravo gostiju i slično. Iako su istraživači turističkih studija bili uglavnom neaktivni u oblasti etike do devedesetih godina 20. veka, prava ekspanzija istraživanja je nastupila upravo u ovoj deceniji, a posebno onda kada su studije slučaja dolazile iz država manje razvijenog dela sveta. Smatra se da su dva podsticaja bila ključna u tome: Kongres Međunarodnog udruženja naučnih eksperata u turizmu (International Associati-

on of Scientific Experts in Tourism – AIAEST) 1992. u Parizu, koji je predložio stvaranje komisije koja bi se bavila etičkim problemima u turizmu i Druga konferencija Ujedinjenih nacija o životnoj sredini i razvoju u Rio de Žaneiru, čiji su se učesnici obavezali na Agendu 21 (Fennell, 2006).

U nameri da se postignu ciljevi održivog turizma i u pokušajima da se usmeri ponašanje organizacija i pojedinaca, u poslednjih trideset godina, angažovale su se vlade, privatni sektor i nevladine organizacije. Cilj je da svi zajedno razvijaju dobrovoljne etičke kodekse za ublažavanje negativnih uticaja turizma i postignu unapređenje uslova životne sredine (Holden, 2008). Etički kodeksi predstavljaju smernice, saopštene obično u kratkoj formi, za odgovarajuće ekološki, društveno i kulturno odgovorno ponašanje, koje nisu obavezujuće već predstavljaju vid samoregulacije unutar neke turističke destinacije ili neke korporacije (Fennell, 2006; Goeldner and Ritchie, 2012; Weaving and Schweinsberg, 2019). Etički kodeksi su sredstvo obrazovanja učesnika u turizmu kroz formu kratkih i jasnih poruka. Kao takvi, oni bi trebalo da pomognu u procesu ublažavanja negativnih uticaja turizma i poboljšanju kvaliteta životne sredine. Njihov primarni cilj jeste da utiču na promene nekorektnog ponašanja svih učesnika u turizmu. Program Ujedinjenih nacija za životnu sredinu višestruko naglašava da su kodeksi značajni kao:

- način ili sredstvo dijaloga između vladinih organa, turističke privrede, interesa društvene zajednice, kulturnih organizacija i ostalih zainteresovanih strana u turizmu;
- razvijanje svesti u okviru turističke privrede i vlade o značaju i suštini zaštite životne sredine, kao i podsticanje promovisanja zdravije životne sredine, pa prema tome i održivog turizma;
- podsticanje razmišljanja kod stranih i domaćih turista o ponašanju koje utiče na poštovanje prirodnih i kulturnih vrednosti;
- razvijanje osećaja kod većeg dela lokalnog stanovništva o značaju zaštite životne sredine;
- podsticanje saradnje između turističke privrede, vladinih struktura i mnogobrojnih društvenih grupa u postizanju navedenih ciljeva (UNEP, 1995).

Velikoj većini etičkih kodeksa u održivom turizmu je zajednička posvećenost u zaštiti integriteta prirodnog okruženja i relevantnih kulturnih vrednosti, kao i odgovornost da se preduzmu akcije kako da se to postigne, kroz ekološki i socio-kulturno prihvatljivo planiranje i upravljanje, zasnovano na konsultacijama sa relevantnim grupama i zainteresovanim stranama. Što se tiče strukture i karaktera, etički kodeksi imaju tendenciju da nude opšte direktive, a ne specifične ciljeve. Na primer, oni ističu neophodnost da se „doprinese očuvanju bilo kog staništa flore i faune na koje turizam vrši pritisak“, ali ne kažu precizno kako da se to postigne. Drugo, oni ne daju vremenske okvire ili druge indikacije o tome kada direktive treba da se postignu. Treće, oni su skoro uvek zasnovani na principu dobrovoljnog pridržavanja, o čemu svedoči česta upotreba uslovnih termina kao što su „ohrabriti“, „podstaknuti“, „trebalo bi“ i tome slično. Konačno, etički kodeksi se obično, kako je već rečeno, zasnivaju na principu samoregulacije (Weaver, 2006).

Etički kodeksi su u različitim formama i sa različitim porukama namenjeni svim učesnicima u turističkoj areni: turistima, zaposlenima u turističkoj privredi i lokalnom stanovništvu (Weaver, 2006; Williams and Lew, 2015).

Razmatranje etičkog pristupa u turizmu proisteklo je delimično i iz negativnog uticaja turizma na prirodne i društvene resurse destinacije. Turističke regije trpe posledice turističkog razvoja, što se može primetiti i u rečima havajskog delegata na jednoj konferenciji posvećenoj turizmu: „Mi ne želimo turizam. Mi vas ne želimo. Ne želimo da budemo degradirani kao plesači i slugе. To je kulturna prostitucija. Ne želim da vidim nikoga od vas na Havajima“ (McIntosh et al., 1995). Situacija je slična i u drugim delovima sveta, a o neprimerenom ponašanju turista svojevremeno je pisao i nedeljnik Tajm (Time): *U rimskom forumu, gde je Ciceron držao govore i gde je Cezar ubijen, odvaljuju komadiće mermera koje će poneti kući kao dragi suvenir. Na trgu Sinjorija u Firenci, na kojem je spaljen Savonarola obojili su nokte na nogama kopije Mikelandelovog Davida. Obilazeći atinski Partenon, gde su se stari Grci molili boginji Atini, trpaju kamenje u svoje torbe da bi ga upotreбили kao teg za hartiju. U istočnim Pirinejima, prikradaju se duž zidova katarskih zamkova, namerno izbacujući*

kamenje iz ležišta da bi videli kako se kotrlja niz planinsku padinu. Krađu sve što im dođe do ruke u seoskim crkvama, vade kockice iz podnih i zidnih mozaika, odsecaju noseve statuama. Zatim, da bi bili sigurni da će biti očuvana uspomena na njihov zločin, urezuju svoje ime u prastare zidine (Čomić i Pjevač, 1997). Najzad, i ovakve scene u turističkim destinacijama su inicirale uvođenje etičkih principa u teoriju i praksu turizma, koji su najčešće povezani sa etičkim kodeksima ili kodeksima ponašanja.

Turisti moraju biti odgovorni i obrazovani u skladu sa obavezama i ulogom koju imaju u društveno i ekološki prihvatljivom turizmu. Etički kodeksi namenjeni turistima su vodič koji koriguje ponašanje za vreme putovanja. Oni stoje u vezi sa prirodnim resursima, jezicima, domaćim stanovništvom, kulturnim nasleđem, kupovinom i društvenom interakcijom. Svoj puni smisao imaju samo onda ako su oni kojima su namenjeni svesni njihovog značaja. Etički kodeksi bi trebalo da pozivaju turiste na usvajanje prihvatljivog načina ponašanja u turističkoj destinaciji kako bi se:

- doživele njene osnovne turističke vrednosti, sa svim geografskim i ekološkim karakteristikama;
- uticalo na izbegavanje negativnih ekoloških i društvenih posledica po tu turističku destinaciju;
- obogatilo saznanje o osnovnim vrednostima destinacije, kao i o problemima zaštite životne sredine (Prilog 10).

Od devedesetih godina 20. veka brojni lokaliteti, destinacije i organizacije su svojim primerom potvrdili značaj etičkih kodeksa u turizmu, a posebno onih koji su namenjeni posetiocima. Američko udruženje turističkih agenata (American society of travel agents – ASTA) je objavilo „Deset zapovesti iz ekoturizma“ u kojima je pozivalo turiste da poštuju osetljivost prirode, ne uzimaju suvenire izrađene od zaštićenih vrsta ili sa istorijskih lokaliteta, prate markirane staze kako ne bi uznemiravali staništa (McIntosh et al., 1995). U Državnom parku „Katlina“ u SAD su čak objavili etički kodeks namenjen posetiocima koji

## Prilog 10. Odgovorni putnik: Etički kodeks namenjen globalnom turistu

Svako ima svoju ulogu u stvaranju slike odgovornog putovanja i održivog turizma. Vlade, preduzeća i zajednice moraju da učine sve što mogu, ali vi, kao gost, možete podržati odgovorni turizam na mnogo načina i stvoriti situaciju u kojoj ćete napraviti razliku:

- ▶ *Otvorite svoje misli prema drugim kulturama i tradicijama* – Ovo će transformisati vaše iskustvo. Zaslužićete poštovanje i lakše ćete biti dočekani od strane lokalnog stanovništva. Budite tolerantni i poštujujte različitosti – pridržavajte se društvenih i kulturnih tradicija i praksi.
- ▶ *Poštujte ljudska prava* – Eksploatacija u bilo kom obliku je u suprotnosti sa osnovnim ciljevima turizma. Seksualno iskorišćavanje dece je krivično delo kažnjivo u destinaciji ili matičnoj zemlji počinioca.
- ▶ *Pomozite u očuvanju prirodne sredine* – Zaštitite divlje životinje i staništa i ne kupujte proizvode napravljene od ugroženih biljaka ili životinja.
- ▶ *Poštujte kulturne resurse* – Aktivnosti treba uskladiti sa poštovanjem umet-

ničkog, arheološkog i kulturnog nasleđa destinacije.

- ▶ *Vaše putovanje može doprineti ekonomskom i društvenom razvoju* – Kupujte lokalne rukotvorine i proizvode kako biste podržali lokalnu ekonomiju koristeći principe pravedne trgovine. Cenkajte za robu treba da odražava razumevanje pravičnosti.
- ▶ *Informišite se o trenutnoj zdravstvenoj situaciji destinacije i pristupu hitnim i konzularnim službama pre polaska i budite sigurni da vaše zdravlje i lična bezbednost neće biti ugroženi* – Uverite se da vaši specifični zahtevi (ishrana, pristupačnost, medicinska nega) mogu biti ispunjeni pre nego što odlučite da putujete u neku destinaciju.
- ▶ *Naučite što je više moguće o izabranoj destinaciji i odvojite vreme da razumete običaje, norme i tradiciju* – Izbegavajte ponašanje koje bi moglo da uvredi lokalno stanovništvo.
- ▶ *Upoznajte se sa zakonima kako ne biste počinili delo koje se smatra krivičnim po zakonu države koju posećujete* – Uzdr-

žite se od svake trgovine nedozvoljenim drogama, oružjem, antikvitetima, zaštićenim vrstama i proizvodima ili supstancama, koje su opasne ili zabranjene nacionalnim propisima (Gouldner and Ritchie, 2012).

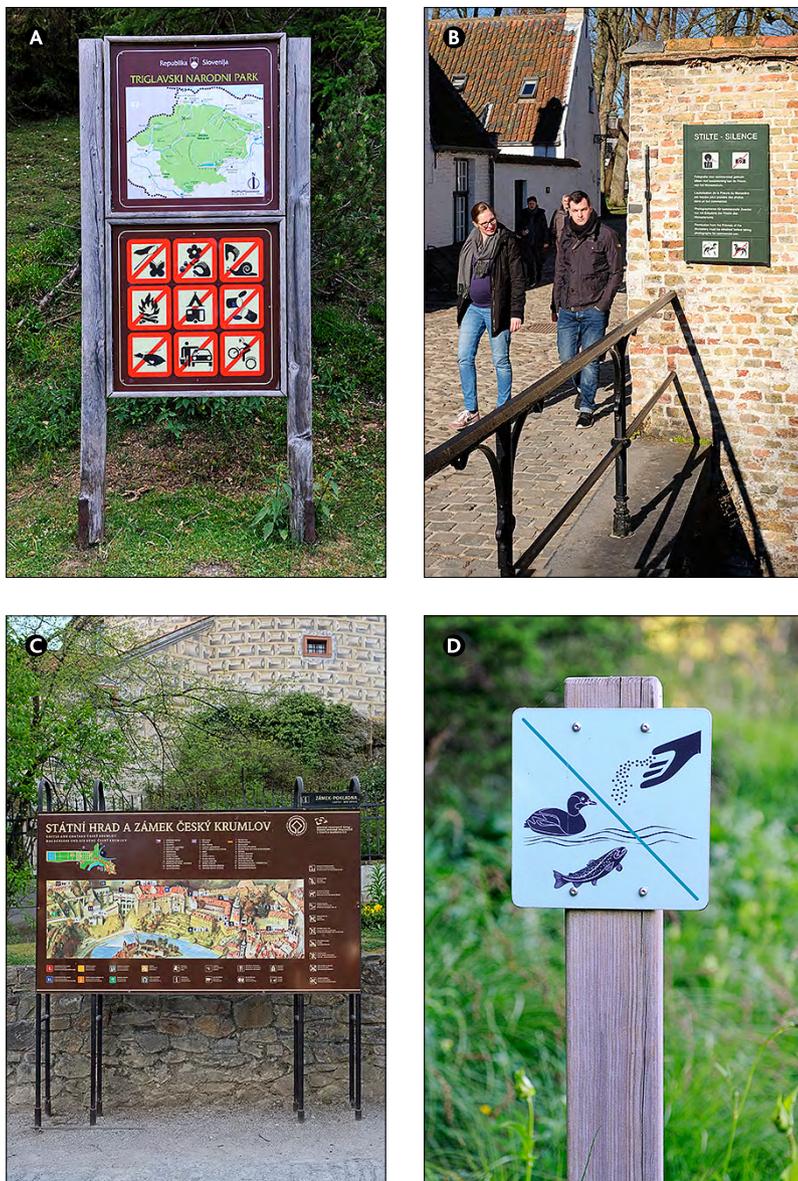
S vremenom, Svetska turistička organizacija, koja je osmislila ovaj kodeks ponašanja turista na globalnom nivou, prilagođavala je pravila ponašanja u skladu sa trenutkom u kome se društvo nalazilo, pa je tako na listu svojih pravila ponašanja uvrstila i preporuku o mudrom korišćenju digitalnih platformi. U njoj se ističe sledeće: (1) pre nego što krenete na putovanje, pretražite internet recenzije i blogove; (2) dajte iskrene ocene po povratku i promovišite svoja iskustva sa putovanja na društvenim mrežama; (3) razmislite dva puta pre nego što objavite selfi i fotografije drugih ljudi; (4) zagovarajte neprofitne i društvene projekte o kojima ste saznali; (5) prijavite nepravdu, eksploataciju i diskriminaciju ([www.unwto.org](http://www.unwto.org)).

borave u pustinjskim uslovima. Tekst brošure, u kome je i kodeks ponašanja, ističe specifičnost životne sredine u pustinjama, jer je opušku od cigarete ovde neophodno pet godina da bi se raspao, plastičnoj kesici – 20, aluminijumskoj konzervi – 1.000, a plastičnoj flaši za piće – 1.000.000 godina. Menadžeri turizma poručuju da se na suvom pustinjskom vazduhu organski otpad pre mumificira, nego što se raspadne. Najzad, jedna smernica u kodeksu ističe: „Sve što raspakuješ, ponesi sa sobom“

(Lutyk, 1998), što je pravilo koje bi se moglo primeniti na bilo kom turističkom lokalitetu u svetu. Kodeks namenjen turistima koji posećuju turističku regiju Himalaja, insistira na njihovoj zaštiti kroz savete turistima da ne lože vatru koja ugrožava šumu, da čuvaju čistu vodu i brinu o svetim mestima. Na kraju, dominira poruka: *Himalaji mogu da vas promene, molimo nemojte vi menjati njih. Kao gost, poštuju lokalnu tradiciju, zaštitite lokalnu kulturu i podržite lokalni ponos. Budite strpljivi, prijateljski nastrojeni i osećajni. Ne zaboravite – vi ste gost* (Holden, 2008). Brojni nacionalni parkovi i danas objavljuju svoj etički kodeks, namenjen posetiocima, na vlastitim internet stranicama, a među njima su i nacionalni parkovi regije Jugoistočne Evrope: „Đerdap“ (Srbija), „Plitvička jezera“ (Hrvatska) i „Triglav“ (Slovenija).

Postoji više načina za saopštavanje etičkih kodeksa namenjenih posetiocima i turistima. Kao što je već napomenuto, savremene tehnologije su omogućile korišćenje internet stranica ili telefonskih aplikacija u kojima posetioci mogu da saznaju neophodna pravila ponašanja. Tu su i više klasične forme koje prate štampane vodiče, brošure i pamflete, koji se uručuju na sajmovima turizma ili u informativnim centrima u samim destinacijama (ipak, etički kodeks nije samo turistička propaganda). Na ulazu u lokalitet, destinaciju, uključujući i zaštićena područja, postavljaju se table za interpretaciju prirodnih i kulturnih vrednosti, koje veoma često sadrže etički kodeks u formi tekstualnih poruka ili popularnih piktograma (Slika 29). Najzad, u prethodnom periodu je zabeleženo i korišćenje projekcije kratkih filmova na putu do destinacije. Tako je tokom avionskog leta od Velike Britanije do Gambije putnicima puštan video koji izaziva ekološku svest o životnoj sredini ove zemlje, a zatim se u istom filmu govorilo i o nadanjima i željama njenih stanovnika u vezi sa razvojem turizma.

Velika turistička preduzeća, organizacije i korporacije su uložile puno truda u to da se etički kodeksi razviju i na ovoj strani turističkog spektra. Začetnik ovakvog načina razmišljanja je bila Svetska turistička organizacija kada je 1982. godine iznela stav da zadovoljenje turističkih potreba ne sme imati predrasude prema društvenim i ekonomskim interesima stanovništva u turističkim regijama,



▲ Slika 29. Primeri etičkih kodeksa namenjenih turistima – A. etički kodeksi u formi piktograma u Nacionalnom parku „Triglav“ (Slovenija); B. kombinacija teksta i piktograma u Brižu (Belgija); C. etički kodeksi kao deo informativne table o vrednostima dvorca u Češkom Krumlovu; D – piktogram za zabranu ishrane divljih životinja na izvoru Save Dolinke (Slovenija)

Foto: V. Stojanović

prema životnoj sredini i iznad svega, prema prirodnim resursima. Svetska turistička organizacija je do danas ostala čvrsto posvećena politici održivog razvoja turizma i smatra se da je na vreme shvatila neophodnost razumevanja interakcije turizma i životne sredine. Primer su sledile i druge globalno poznate turističke institucije kroz razvijanje etičkih kodeksa. Svetski savet za putovanje i turizam (World Travel and Tourism Council – WTTC), Turistička asocijacija Pacifičke Azije (Pacific Asia Travel Association – PATA) (Prilog 11),

### Prilog 11. Turistička privreda: PATA kodeksi

Kao regionalna organizacija, Turistička asocijacija Pacifičke Azije (PATA) je razvila svoju listu etičkog kodeksa. Kodeks je sastavljen od 18 tačaka i kao takav je prihvaćen od 2.100 PATA članica. Njihov etički kodeks ističe sledeće:

- ▶ usvojite praksu da štitite životnu sredinu, uključujući upotrebu resursa koji se mogu obnoviti i očuvanje onih koji su neobnovljivi;
- ▶ doprinesite očuvanju staništa flore i faune ili bilo kog drugog mesta, bilo da je prirodno ili kulturno, a koje može biti korisno za turizam;
- ▶ ohrabrite relevantne autoritete da odrede prostore koje treba zaštititi i nivo njihovog razvoja;
- ▶ ohrabrite lokalne stavove, kulturne vrednosti i interese uključujući lokalne navike i verovanja i uključite ih u planiranje turističkog razvoja;
- ▶ obezbedite da procena stanja životne sredine postane sastavni deo razmatranja u projektima turističkog razvoja;
- ▶ obezbedite da procedura ocenjivanja ima kumulativni i individualni efekat na sve aspekte razvoja životne sredine;
- ▶ usvojite sve međunarodne konvencije o zaštiti životne sredine;
- ▶ ispoštujte sve državne i lokalne zakone koji su u vezi sa životnom sredinom;
- ▶ podstičite uključivanje u turizam onih koji se pridržavaju lokalnih, regionalnih, nacionalnih planova i učestvuju u procesu planiranja;
- ▶ pružite šansu društvenoj zajednici da uzme udeo u diskusijama i konsultacijama oko planiranja turizma, posebno ako mogu da utiču na njegov razvoj;
- ▶ pokažite odgovornost prema uticajima turizma na životnu sredinu i narušavanju životne sredine;
- ▶ ohrabrite redovnu službenu kontrolu zaštite životne sredine;
- ▶ podstaknite ekološki odgovornu praksu uključujući odlaganje smeća, reciklažu i korišćenje energije;
- ▶ podstaknite svest osoblja o neophodnosti zaštite životne sredine u svim segmentima koji su u vezi sa turizmom;
- ▶ podržite uključivanje profesionalnih principa zaštite životne sredine u turističko obrazovanje, praksu i planiranje;
- ▶ objasnite svima onima koji su uključeni u turizam koliko su važni lokalni običaji, kulturne vrednosti, verovanja i tradicija;
- ▶ podržite zahvalnost i razumevanje turista tačnim informacijama o zaštiti životne sredine;
- ▶ ustanovite detaljnu politiku zaštite životne sredine i vodiče za različite sektore turističke privrede.

Asocijacija turističke privrede Kanade (Travel Industry Association of Canada – TIAC) i Asocijacija turističke privrede Amerike (Travel Industry Association of America – TIA), samo su neke od organizacija koje su među prvima dale svoj doprinos u razvijanju etičkih kodeksa namenjenih turističkoj privredi.

Jedna od prvih država koja je preuzela aktivno vođstvo u razvoju etičkih kodeksa za turističku privredu je bila Kanada, kroz Nacionalni okrugli sto o životnoj sredini i ekonomiji, što je bio odgovor na rad Svetske komisije za životnu sredinu i razvoj iz 1987. godine i usvojeni dokument Naša zajednička budućnost (tzv. Brundtland izveštaj). Razvoj etičkih kodeksa u saradnji sa Asocijacijom turističke privrede Kanade (Travel Industry Association of Canada – TIAC) je bio uspešan pokušaj da se generiše održivost u ovoj državi kroz razvoj turizma. Ovo je pokrenulo niz radionica i studija koje su uključile angažovanje brojnih zainteresovanih strana u kanadskoj turističkoj privredi. Kao rezultat, pojavio se etički kodeks u vezi sa 60.000 organizacija povezanih sa turizmom u Kanadi i milionima turista koji posećuju ovu državu. Ovaj etički kodeks se smatrao izuzetno progresivnim za taj moment, posebno imajući u vidu vreme koje je bilo potrebno organizatorima da preduzmu organizaciju radionica i angažuju različite grupe zainteresovanih strana (Fennell and Malloy, 2007). Asocijacija turističke privrede Kanade trenutno promovise etički kodeks koji vodi registrovane turooperatore kroz njihovo poželjno ponašanje u poslovanju. Ovaj kodeks sadrži široka načela koja odražavaju tipove ponašanja i standarde usluga, koje se od turooperatora očekuju i to u odnosu prema drugim turooperatorima, klijentima i poslovnoj zajednici u celini (<https://tiac-aitc.ca/>).

Svetska turistička organizacija je usvojila Globalni etički kodeks za turizam, kao osnovni referentni okvir za odgovoran i održivi turizam. Globalni etički kodeks za turizam je skup sveobuhvatnih principa osmišljenih tako da vodi ključne igrače u razvoju turizma. Namenjen je vladama, turističkoj privredi, lokalnim zajednicama i turistima i ima za cilj da pomogne u maksimalizovanju koristi turističkog sektora, dok minimalizuje njegov potencijalno negativan uticaj na životnu sredinu, kulturno

nasleđe i društva širom sveta. Kodeks je usvojila 1999. godine Generalna skupština Svetske turističke organizacije, a njegovo priznanje od strane Ujedinjenih nacija, dve godine kasnije, izričito je ohrabrilu Svetsku turističku organizaciju da promovira delotvorno praćenje svih zacrtanih odredbi. Iako nije pravno obavezujući, ovaj kodeks sadrži mehanizam dobrovoljne implementacije kroz priznavanje uloge Svetskog komiteta za etiku u turizmu (World Committee on Tourism Ethics – WCTE), tako što zainteresovane strane mogu uputiti pitanja u vezi sa primenom i tumačenjem dokumenta. Deset članova Globalnog etičkog kodeksa za turizam u potpunosti pokrivaju ekonomske, društvene, kulturne i ekološke komponente putovanja i turizma: (1) doprinos turizma međusobnom razumevanju i poštovanju među ljudima i društvima; (2) turizam kao sredstvo individualnog i kolektivnog ispunjenja; (3) turizam – faktor održivog razvoja; (4) turizam – korisnik kulturnog nasleđa čovečanstva i doprinos njegovom unapređenju; (5) turizam – korisna aktivnost za zemlje domaćina i zajednice; (6) obaveze zainteresovanih strana u razvoju turizma; (7) pravo na turizam; (8) sloboda turističkih kretanja; (9) prava radnika i preduzetnika u oblasti turizma; (10) implementacija principa Globalnog etičkog kodeksa za turizam ([www.unwto.org](http://www.unwto.org)).

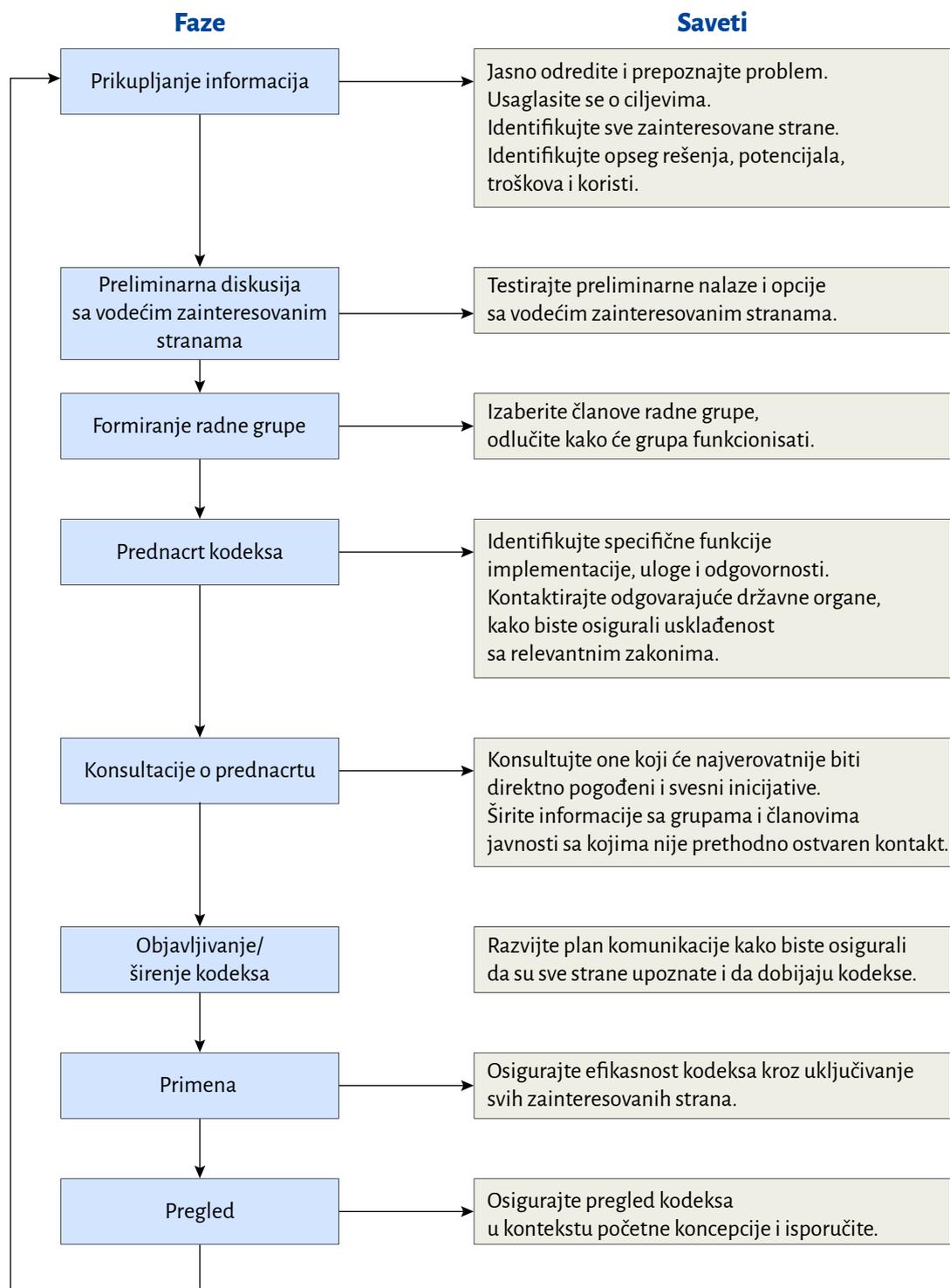
Na kraju je bitno i ponašanje lokalnog stanovništva i odnos prema životnoj sredini, turizmu i turistima. Svojim aktivnostima lokalna zajednica može da utiče na stav koji će i sami turisti zauzeti u odnosu prema destinaciji u kojoj borave. Dobro su poznati neki od slučajeva neprimerenih aktivnosti lokalnog stanovništva, koje su, na kraju, rezultirale i neodgovornim ponašanjem turista. Stanovništvo je kroz razvijanje etičkih kodeksa potrebno informisati o sledećem:

- njihovoj ulozi u turističkom razvoju;
- značaju očuvanja ravnoteže između zaštite životne sredine i ekonomskog razvoja;
- smernicama za obezbeđivanje kvaliteta turističkog proizvoda i
- poštovanju koje treba zauzeti prema turistima.

Postoji nekoliko snažnih razloga koji idu u prilog korišćenju etičkih kodeksa. Prvo, razvoj

kodeksa ponašanja nije skup u smislu vremena ili novca. Drugo, direktive su obično lako razumljive, nisu kontroverzne i pružaju osnovu za dijalog i zajednički jezik među onima koji se pridržavaju kodeksa. Treće, ove opšte direktive pružaju osnovu i za identifikaciju relevantnih indikatora održivog turizma, na osnovu kojih će se lakše postići ciljevi održivog turizma (Weaver, 2006). Sasvim suprotno, u teoriji i praksi se primećuju i nedostaci korišćenja etičkih kodeksa. Mnogi kodeksi ponašanja su impresivni po spektru pitanja i dubini diskusije i informacija. Ipak, turistička privreda može da ih zloupotrebi kao marketinški trik ili kao veo koji zaklanja mnoge od njenih uticaja. Postoji niz problema povezanih sa upotrebom kodeksa ponašanja koji se mogu sažeti na sledeći način: (1) praćenje i evaluacija; (2) sukob između kodeksa kao oblika marketinga i kodeksa kao istinskog pokušaja da se poboljša turistička praksa; (3) debata između regulacije i dobrovoljne samoregulacije turističke privrede i (3) varijabilnost između kodeksa i potreba za koordinacijom (Mowforth and Munt, 2016). Takođe, jedna od osnovnih kritika etičkih kodeksa napominje da su oni u suštini floskule u odnosima s javnošću. Kodeksi su diktati sa višeg nivoa i sa malim doprinosom. Etički kodeksi su, kako se ističe, previše nejasni da bi bili praktični ili suviše specifični da bi bili od koristi u brojnim dilemama s kojima se pojedinac suočava. Dalje, navodi se da nemaju izvršni karakter, da su paternalistički, previše negativni, previše idealistički i previše zagonetni. Osim ako kodeks nema očiglednu ulogu u stvarnom funkcionisanju neke organizacije, na njega se češće gleda sa sumnjom. Još jedan nedostatak je to što se kodeksi često stavljaju u ruke ljudima koji mogu, ali ne moraju biti u stanju da ih protumače (Fennell and Malloy, 2007).

Jedan od glavnih nedostataka u istraživanju turizma je i nedostatak empirijskih podataka u svrhu rasprave o prednostima i nedostacima etičkih kodeksa. Još jedna oblast u kojoj se čini da postoji jaz se odnosi na proces izrade etičkih kodeksa, odnosno metoda koje bi mogle biti uključene u planiranje, implementaciju i evaluaciju efektivnih etičkih kodeksa za turističku privredu. Shodno tome, Slika 30. se može koristiti kao predloženi model za razvijanje i usvajanje etičkog kodeksa (Fennell, 2006).



► **Slika 30.** Predloženi model razvijanja i usvajanja etičkog kodeksa

Izvor: Fennell, 2006.

# ZAŠTITA PRIRODE I TURIZAM



Sporadični pokušaji zaštite prirode pojavljivali su se s vremena na vreme i vekovima unatrag. Ovakve aktivnosti su bile preteča naučnog i organizovanog pristupa u zaštiti prirode. Na primer, u Rimskom carstvu i srednjovekovnoj Evropi zaštićena područja su namenjena ekskluzivnim vidovima korišćenja koje je praktikovala vladajuća klasa (Prato and Fagre, 2005). U Poljskoj je 1499. donet akt o zaštiti losa i divljeg konja (Vidaković, 1997). U Litvaniji je osnovan rezervat za zaštitu evropskog bizona 1551. U Švajcarskoj je osnovan rezervat za zaštitu divokoze 1569. godine. Tokom 18. i 19. veka vladajući stalež Engleske je osnivao rezervate u kojima je glavni vid zabave zasnovan na lovu. Koncept zaštite zbog lova prenet je u Severnu Ameriku i Srednju Ameriku (Kanada, SAD i Meksiko), odmah nakon evropskog osvajanja. Do 1900. godine osnovano je 500 manjih područja (manjih od 1.500 ha), namenjenih organizaciji sportskog lova. Ovi rezervati su uglavnom bili zatvoreni za javnost (Prato and Fagre, 2005). Progresivni pomak u zaštiti prirode izveo je francuski pisac Žan Žak Ruso (Jean Jacques Rousseau) kada je u romantičarskom zanosu pozvao ljude da se vrate prirodi i odbace tezu njenog negiranja. Nešto kasnije, nemački naučnik i osnivač moderne geografije Aleksandar Humbolt (Alexander von Humboldt) prvi put je upotrebio pojam prirodni spomenik i to da bi opisao prirodnu retkost.

Pokret za zaštitu prirode u savremenom značenju pojavio se nešto kasnije, prvenstveno kao aktivnost entuzijasta i aktivista protiv uništavanja prirode, neplanske urbanizacije i stihije prouzrokovane neorganizovanim delovanjem ljudi. Prvo se insistiralo na očuvanju manjih prirodnih celina u težnji da se ne promeni njihov prvobitni izgled. Na jednom širem nivou pokret za zaštitu je utemeljen onda kada su učinjene greške prema prirodi postale uočljivije i kada su posledice njene degradacije postale više pogubne. Prva konkretna mera zaštite prirode preduzeta je u Francuskoj sredinom 19. veka (1848), kada je prvi put zaštićena šuma Fontenblo. Ovaj poduhvat su izveli prirodnjaci, umetnici i drugi zaljubljenici u prirodu. Cilj im je bio da se sačuva ravnoteža i održi racionalnost u iskorišćavanju prirodnih resursa.

Već tada gradsko stanovništvo ističe svoju potrebu za boravkom u prirodi, premda čovek tog vremena nije bio pritisnut stegom civilizacije onako kako je danas (Vidaković, 1997).

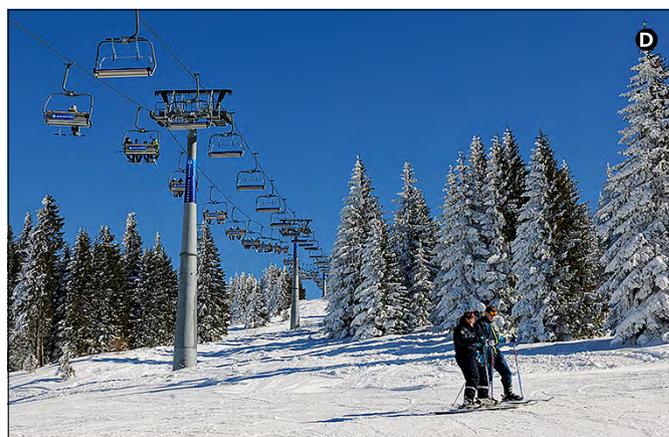
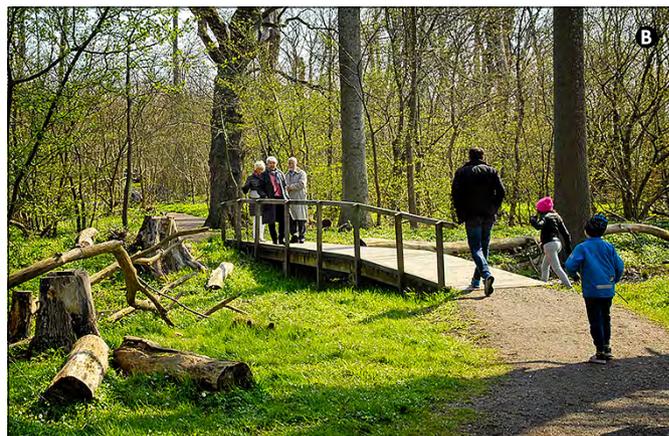
Prekretnica savremene zaštite prirode je u drugoj polovini 19. veka, oličena u osnivanju prvog nacionalnog parka u svetu. Jelouston je zahvaljujući upornosti širokog sloja društva, u Kongresu SAD, proglašen 1. marta 1872. godine za nacionalni park. Građanima ove države su do polovine 19. veka nedovoljno bili poznati predeli njenih zapadnih delova, a neki se čak nisu nalazili ni na geografskim kartama. Tek poneki istraživač inspirativno je prepričavao svoju pustolovinu boraveći u ovim krajevima. Jedan od njih bio je i Džordž Katlin (George Catlin), stručnjak za indijansko slikarstvo, koji se svesrdno zalagao za očuvanje prirode krajeva koje je i otkrivao. Nešto kasnije, Džon Mur (John Moore) se intenzivno bavio istraživanjem ovih delova SAD i često sa svojih putovanja donosio veličanstvene utiske. Zatim je, podstaknut inicijativama prijatelja, počeo da piše o onome što je video, o svojim doživljajima, te je tekstove objavljivao u jednom od poznatijih časopisa tog vremena. Javnost je za sve to bila veoma zainteresovana. Ključni momenat su bila istraživanja iz 1869. koja su predvodili Dejvid Folston (David Folston) i Ferdinand Hajden (Ferdinand Hayden), kao i njihovo predstavljanje američkoj i svetskoj javnosti prostora današnjeg Nacionalnog parka „Jelouston“, koji je do tada bio obavljen velom tajne. Ovi istraživači su obelodanili vlastite studije i fotografije oblasti koju su posetili, pa su tako konačno potvrđene priče o predelu neverovatne lepote, sa izuzetnim vodopadima, izvorima ključajuće vode i planinama od „žutih stena“ (Wernert, 1997).

Aktom o zaštiti Jeloustona, površina zemlje od 888.708 hektara bila je namenjena uživanju i zadovoljenju rekreativnih potreba zainteresovanih građana. Tako je prvi put nešto što je zvanično pripadalo vladi neke države stavljeno na raspolaganje običnim ljudima. Teritorija Nacionalnog parka je bila zaštićena od nastanjivanja, prodavanja i degradacije prirodnih lepota. Konzervatorski odnos prema prirodnim vrednostima je zadržan, pa su u SAD ubrzo proglašeni i drugi nacionalni parkovi (npr. Josemit, Sekvo-

◀ *Prethodna strana:*  
Zaštićeno područje  
"Logarska dolina"  
(Slovenija)  
Foto: V. Stojanović

ja i Grand Kanjon). Američki nacionalni parkovi su od samih početaka bili otvoreni za posetioce, rekreaciju i turizam. U Evropi je koncepcija zaštite nacionalnih parkova bila drugačija i nije tako snažno bila povezana sa posetama i rekreacijom, već je imala čvrst konzervatorski pristup. Na osnovu različitih praksi zaštite, u teoriji se

razvio pristup o dvema vrstama nacionalnih parkova: američkom (podstiče i razvija turizam) i evropskom (insistira na strogoj zaštiti). Danas je ipak u svetu najčešći kombinovani tip nacionalnih parkova, realizovan kroz njihovu prostornu organizaciju i tehniku zoniranja (Slika 31). Pojedini delovi zaštićene teritorije, sa oset-



▲ **Slika 31.** Raznovrsnost turističke ponude i aktivnosti u nacionalnim parkovima Evrope – A. posmatranje gornjih spratova šuma u NP „Bavarska šuma“ (Nemačka); B – šetna staza u NP „Dalbi Soderskog“ (Švedska); C. kajakarenje u NP „Dunav–Drava“ (Mađarska); D. zimski sportovi u NP „Kopaonik“ (Srbija); E. plovno-edukativne marinske rute u NP „Gargano“ (Italija); F. obilazak znamenitosti turističkim vozom u NP „Brioni“ (Hrvatska); Foto: V. Stojanović

ljivim ekosistemima, namenjeni su isključivo konzervaciji, dok su drugi namenjeni turističkoj prezentaciji. Kod kombinovanog tipa nacionalnih parkova podjednako su, ali na različitim teritorijama, zastupljene konzervatorska i turistička funkcija.

Sadašnja faza zaštite prirode je predvođena činjenicom da se svet suočava sa ograničenim resursima i ograničenim sredstvima za delovanje, pa je važno uspostaviti prioritete za zaštitu prirode. Izazov za zaštitu leži u pronalaženju načina da se umanjí gubitak biodiverziteta i ekosistema u vremenu ograničenih finansijskih i ljudskih resursa. Dileme sa kojima se susreću konzervatori i planeri zaštite prirode ogledaju se u sledećim pitanjima – šta je neophodno zaštititi, gde je potrebno zaštititi i kako to treba zaštititi. Tri kriterijuma su važna u određivanju prioriteta zaštite:

- Osobenost. Prioritet u zaštititi se daje onim prirodnim celinama čije su pojave retke (mala površina, vrednost predela, jedinstvene geološke karakteristike). Vrstama se daje visoka konzervaciona vrednost ako su taksonomski osobene.
- Ugroženost. Vrste kojima pretili istrebljenje imaju prednost u poređenju sa onim vrstama koje nisu toliko ugrožene. Ovde spadaju i one prirodne celine i ekosistemi kojima pretili neki oblik pogubne destrukcije. Ugroženost ekosistema se može utvrditi na osnovu njihovog geografskog rasprostranjenja i stope opadanja u tom rasprostranjenju.
- Korisnost. Vrste i predeli koji poseduju trenutnu i potencijalnu korisnost za ljude imaju veću vrednost pri određivanju prioriteta zaštite, nego oni koji to nemaju. Veći prioritet se daje ekosistemima koji imaju veću ekonomsku vrednost, kao što su to priobalna vlažna staništa. Usled aktuelnih klimatskih promena značaj šumskih zaštićenih područja bi mogao da poraste zbog sposobnosti vezivanja ugljenika, što je važno u aktuelnom globalnom otopljavanju (Primack i saradnici, 2015).

Primer vrste koja, prema konzervatorima, zadovoljava sva tri kriterijuma zaštite je komodo zmaj (*Varanus komodoensis*) u Indoneziji. To je najveći svetski gušter (osobenost). Nasta-

njuje samo nekolicinu malih ostrva sa ograničenim nivoom razvoja (ugroženost). Komodo zmaj ima veliki potencijal upravo kao atrakcija ekoturističke ponude (korisnost) (Primack i saradnici, 2015).

U svom dosadašnjem razvoju zaštita prirode se kretala od pasivne ka aktivnoj. Nova načela zaštite temelje se na saznanjima prirodnih i društvenih nauka i sve to u težnji da se naglasi značaj zaštićenih područja za nauku, obrazovanje, privredu, rekreaciju ili turizam. Aktivna zaštita upravo podrazumeva realizaciju raznovrsnih funkcija zaštite u jednom zaštićenom području. Ovakav vid zaštite podrazumeva napuštanje statičnog i striktno konzervatorskog pristupa. Aktivna zaštita je unela dinamiku u teoriju i praksu zaštite prirode, tako da se ona postavlja kao početna i završna tačka u svim planovima uređenja prostora i korišćenja prirodnih resursa. Kao takav, ovaj vid zaštite pokreće razvoj zaštićenih područja pogotovo u društvenom (npr. obrazovanje, nauka, ekološka svest) i ekonomskom značenju (npr. turizam, rekreacija). Aktivna zaštita je vid zaštite sadržan u činjenici da bi prirodna dobra trebalo koristiti, ali uz neophodnu primenu brojnih mera kako se ne bi ugrozila ekološka ravnoteža. Sve to je moguće kroz preduzimanje administrativnih koraka, organizacionih, pravnih, tehničkih i ekonomskih, kao i u primeni svih drugih mera koje će sprečiti narušavanje prirodnog integriteta. Turizam kao privredna delatnost može biti jedno od sredstava za aktivnu zaštitu prirode.

S obzirom na sve masovnije uključivanje turista u rekreativni turizam ili ekoturizam, koji traže predele dobro očuvane životne sredine, može se očekivati da turizam u budućnosti pokaže sve veće interesovanje za aktivnu zaštitu prirode. U nekim delovima sveta ovakav trend je već aktuelan, a poznat je i kao turistička zaštita prirode. Turistička zaštita prirode pokreće inicijativu zaštite prirode i osnivanja novih zaštićenih područja kako bi ona bila atraktivnija na turističkom tržištu ili kako bi se postojeća zaštićena područja rasteretila prekomernog turističkog prometa. Na primer, u Kostariki je još devedesetih godina 20. veka bilo oko 25% površine države pod nekim vidom zaštite, sa više od 1.000 ekokonačišta. Turistička ponuda je bila obogaćena učešćem

turista u projektima pošumljavanja, boravkom na farmama leptira, kao i u baštama sa lekovitim biljem. U Nacionalnom parku Tortugue-ro, na obali Karipskog mora, turisti su mogli da budu deo projekata koji je imao za cilj zaštitu tropskih ptica i morskih kornjača i gde je kao neizbežan bio njihov spoj sa angažovanim naučnicima (Tourtellot, 1996). Takođe, Nacionalni park „Volkanos“ u Ruandi je, isto tako, bio globalno i dobro poznati primer učešća turizma u očuvanju ugroženih vrsta planinskih gorila. Prihodi od turizma su uplaćivani agencijama za zaštitu prirode, projektu koji je po-

svećen zaštiti planinskih gorila (Mountain Gorilla Project) i Fondu Dajan Fosi (Dian Fossey Gorilla Fund). Najzad, u Specijalnom rezervatu prirode „Obedska bara“, u Vojvodini, u okviru projekta Povratak ibisa, organizovano je oko dvadeset volonterskih kampova sa učesnicima iz raznih delova sveta, s ciljem očuvanja staništa ibisa, kao važnih ptica karakterističnih za močvarna staništa. Ovakav vid volonterskog turizma je značajno pomogao u zaštiti Obedske bare, jer je za cilj imao i čišćenje vlažnih livada, ekološku edukaciju i revitalizaciju ekosistema i staništa.

## KATEGORIJE ZAŠTIĆENIH PODRUČJA PREMA IUCN

Jedan od glavnih mehanizama za održavanje i unapređenje aktivnosti zaštite prirode odnosi se na proglašavanje rezervata, nacionalnih parkova, parkova prirode, spomenika prirode, ali i drugih prostornih celina, gde se sprovode mere aktivne zaštite. Ovakvi prostori su pod sveobuhvatnim i zajedničkim imenom poznati kao zaštićena područja ili zaštićena prirodna dobra.

Zaštićeno područje je jasno definisan geografski prostor, koji je prepoznat i kojim se upravlja putem zakonskih ili drugih efikasnih sredstava, a s namerom postizanja ciljeva dugoročnog očuvanja prirode, sa pripadajućim ekosistemskim uslugama i kulturnim vrednostima (Dudley, 2008). Zaštićena područja u prvom redu pružaju podršku u očuvanju biljnog i životinjskog sveta, ali doprinose i blagostanju zajednica lokalnog stanovništva u njihovom okruženju. Ona su prepoznata kao srž svih napora u zaštiti prirode i dobijaju novu ulogu sa afirmacijom tema o klimatskim promenama i adaptacijom u odnosu prema novonastalim okolnostima. Zbog svega navedenog o ulozi i značaju zaštićenih područja, Međunarodna unija za zaštitu prirode (IUCN) ima za osnovni cilj svog delovanja pomoć državama i nacijama u proglašavanju i upravljanju zaštićenim područjima u svim delovima sveta.

Zaštićena područja mogu biti formirana na različite načine, ali su najčešći mehanizmi sledeći: (1) rad državnih organa najčešće na nacionalnom, ali takođe i na regionalnom i lokalnom nivou; (2) kupovina zemljišta od strane

privatnih lica ili organizacija; (3) delovanje lokalnih zajednica i lokalnog stanovništva; (4) razvoj bioloških terenskih stanica od strane univerziteta ili drugih istraživačkih organizacija (Primack i saradnici, 2015). Neke međunarodne organizacije su uključene u aktivnosti otkupa zemljišta kako bi uspostavile zaštićena područja. Na primer, Udruženje za zaštitu prirode (Nature Conservancy) je samo u SAD zaštitilo preko šest miliona hektara kroz postupak kupovine zemljišta. Van ove države ovo udruženje je posredovalo u zaštiti na desetine miliona hektara ugroženih područja. Novac se obezbeđuje iz fonda nastalog od privatnih i organizovanih donacija (Baumgartner, 2006).

Na osnovu opsežnih istraživanja i razmatranja, koja su uključila analizu primarnih ciljeva upravljanja, preostalih ciljeva, prepoznatljivih karakteristika, uloge koju imaju u predelu, IUCN je ustanovio sledeće kategorije zaštićenih područja:

### Kategorija Ia Strogi rezervat prirode

Definicija: Strogo zaštićeno područje proglašeno s ciljem očuvanja biodiverziteta, geoloških i geomorfoloških karakteristika, gde su posete ljudi, korišćenje resursa i raznovrsni uticaji strogo kontrolisani i ograničeni, i to kako bi se obezbedila zaštita prirodnih vrednosti.

Primarni cilj upravljanja: Zaštita izuzetnih vrednosti ekosistema, vrsta i odlika geodiverziteta na regionalnom, nacionalnom i globalnom nivou.

### **Kategorija Ib Područje divljine**

Definicija: Veliko neizmenjeno ili slabo izmenjeno područje, koje je zadržalo svoja prirodna obeležja, bez stalne ili značajne naseljenosti, a koja su zaštićena i kojima se upravlja sa ciljem očuvanja prirodnih uslova.

Primarni cilj upravljanja: Dugoročna zaštita ekološke celovitosti prirodnih područja koja nisu ugrožena glavnim ljudskim aktivnostima, gde nema savremene infrastrukture i gde preovlađuju prirodne sile i procesi, tako da sadašnje i buduće generacije imaju priliku da iskuse takva područja.

### **Kategorija II Nacionalni park**

Definicija: Prostrana prirodna ili prirodno bliska područja izdvojena zbog zaštite ekoloških procesa zajedno sa pripadajućim vrstama i karakterističnim ekosistemima, koja takođe predstavljaju osnovu za prirodno i kulturno kompatibilne duhovne, naučne, obrazovne i rekreativne aktivnosti posetilaca.

Primarni cilj upravljanja: Zaštita biodiverziteta zajedno sa njegovom osnovnom ekološkom strukturom i podržavajućim procesima u životnoj sredini, kao i promocija obrazovanja i rekreacije.

### **Kategorija III Spomenik prirode**

Definicija: Specifičan prirodni spomenik koji može biti oblik reljefa, marinski oblik reljefa ispod nivoa mora, geološki oblik poput pećine ili čak i u živoj formi, kao što je to drevni šumarak. Ovo su često mala po prostranstvu zaštićena područja koja imaju visoku vrednost za posetioce.

Primarni cilj upravljanja: Zaštita izuzetne prirodne karakteristike sa pripadajućim biodiverzitetom i staništima.

### **Kategorija IV Područje upravljanja staništem ili vrstama**

Definicija: Zaštićena područja koja imaju za cilj zaštitu određenih vrsta ili staništa i aktivnosti upravljanja koje odražavaju takav prioritet. Mnogim zaštićenim područjima iz kategorije IV su potrebne redovne, aktivne intervencije, kako bi se odgovorilo na zahteve određenih vrsta ili održavanja staništa.

Primarni cilj upravljanja: Očuvanje, zaštita i obnavljanje vrsta i staništa.

### **Kategorija V Zaštićeni predeo ili marinski predeo**

Definicija: Zaštićeno područje u kome je interakcija ljudi i prirode, tokom vremena, proizvela područje posebnog karaktera sa značajnom ekološkom, biološkom, kulturnom i predeonom vrednošću i gde je očuvanje integriteta ove interakcije od vitalnog značaja za njegovu zaštitu i održavanje svih njegovih vrednosti.

Primarni cilj upravljanja: Zaštita i očuvanje važnih predela ili marinskih predela, kao i očuvanje prirode i drugih vrednosti stvorenih u interakciji sa ljudima, kroz tradicionalne prakse upravljanja.

### **Kategorija VI Zaštićeno područje za održivo upravljanje prirodnim resursima**

Definicija: Zaštićena područja koja štite ekosisteme i staništa, zajedno sa pripadajućim kulturnim vrednostima i tradicionalnim sistemima upravljanja prirodnim resursima. Ona su uglavnom prostrana, najvećim delom u prirodnom stanju, gde je deo pod održivim upravljanjem prirodnih resursa i gde se neindustrijsko korišćenje prirodnih resursa, na niskom nivou, kompatibilno sa očuvanjem prirode, vidi kao jedan od glavnih ciljeva tog područja.

Primarni cilj upravljanja: Zaštita prirodnih ekosistema i korišćenje prirodnih resursa na održiv način, onda kada zaštita i održivo korišćenje mogu biti uzajamno korisni (Dudley, 2008).

Sistem kategorija zaštićenih područja je uveden da bi u velikoj meri pomogao u standardizaciji opisa onoga što čini suštinu nekog određenog zaštićenog područja. Nazivi zaštićenih područja, osim u slučaju kategorije II, koja je kao pojam postojala i znatno ranije u odnosu na njeno definisanje prema IUCN, izabrani su tako da se manje ili više odnose na primarni cilj upravljanja dotičnom kategorijom.

IUCN u definisanju kategorija zaštićenih područja prepoznaje važnost turizma u više slučajeva, a najviše kod nacionalnih parkova, koji predstavljaju osnovu za realizaciju duhovnih, naučnih, edukativnih, rekreativnih i turističkih potreba, koje su ekološki i kulturno saglasne sa zaštitom.

Turizam kao delatnost je usko i na razne načine povezan sa praksom zaštićenih područja, a posebno u analizama održivog razvoja turizma, uključujući tu i ekoturizam, za čiji razvoj su zaštićena područja od presudnog značaja. Iako se analiziraju na temelju konzervatorskog pristupa, zaštićena područja se u teorijskoj i praktičnoj debati uvek pominju negde između zaštite prirode i korišćenja njihovih resursa (Wearing and Schweinsberg, 2019), na primer u turizmu. Možda je to i zbog toga što ne postoji jedno ustaljeno mišljenje o karakteru povezanosti turizma i zaštićenih područja, usled čega se tvrdi da je taj odnos ambivalentan. Naime, s jedne strane se ističe da upravljači zaštićenih područja ne samo da postaju zavisni od prihoda turističkog razvoja, koje

koriste za aktivnosti zaštite prirode, već bi, da nema turizma, mnoga zaštićena područja nestala u potrazi za profitabilnijim načinom korišćenja njihove teritorije (npr. poljoprivredne plantaže). Isto tako, interakcija turizma i zaštićenih područja pomaže da se aktivira javna podrška usmerena ka popularizaciji zaštite prirode. Na drugoj strani, potreba za upravljanjem rastućim brojem posetilaca u zaštićenim područjima, skreće pažnju s primarnih ciljeva zaštite prirode i doprinosi u negativnom uticaju na prirodne vrednosti. Da bi se izašlo na kraj sa takvim uticajima turizma, mnogi upravljači zaštićenih područja najčešće koriste dobro poznate tehnike planiranja i upravljanja u održivom turizmu, poput nosećeg kapaciteta i zoniiranja turističkih aktivnosti (Weaver, 2006).

## MEĐUNARODNI STATUSI U ZAŠTITI PRIRODE

Međunarodni statusi u zaštiti prirode nisu kategorije zaštićenih područja po uzoru na one koje je definisao IUCN, već predstavljaju inicijative globalno poznatih međunarodnih organizacija u zaštiti prirode i očuvanju nasleđa. U njima se gotovo uvek zaštita prirode povezuje sa politikama održivog razvoja i podsticajima za razvoj zajednica lokalnog stanovništva. UNESCO je bio predvodnik u podupiranju koncepcije međunarodnih statusa u zaštiti prirode sa čak tri takve globalno priznate oznake: rezervatima biosfere, objektima Svetske baštine i geoparkovima. Dok se rezervati biosfere fokusiraju na harmonizovano upravljanje biodiverzitetom i kulturnom raznovrsnošću, a objekti Svetske baštine promovišu očuvanje prirodnih i kulturnih objekata izuzetne univerzalne vrednosti, UNESCO globalni geoparkovi daju međunarodno priznanje lokacijama koje promovišu važnost i značaj zaštite geodiverziteta, kroz aktivno angažovanje lokalnih zajednica. U praksi je moguće, da uz adekvatno obrazloženje, jedno mesto, lokalitet ili objekat, ponese u isto vreme više međunarodnih statusa, što iz ugla marketinga u turizmu može značajno da unapredi njihovu turističku atraktivnost.

### Rezervati biosfere

Rezervati biosfere su globalno prepoznatljiva kategorija tačno određenih geografskih područja, gde se realizuju aktivnosti zaštite prirode i održivog ekonomskog razvoja, a koji uvažava lokalne društvene i ekološke posebnosti. Uvažavanje principa ekonomske, društvene i ekološke održivosti povezuje rezervate biosfere sa koncepcijom održivog razvoja, gde se dodatno ističe kako su to „područja za učenje o održivom razvoju“. U rezervatima biosfere se poštuje interdisciplinarni pristup u proučavanju razumevanja interakcije ekoloških sistema (priroda, biodiverzitet, predeli) i društvenih sistema (naselja, stanovništvo, običaji i ustaljene norme ponašanja), koji ima za cilj da smanji konflikte i podstakne održivo upravljanje prirodom i biodiverzitetom.

Rezervati biosfere su sastavni deo međuvladinog i naučnog UNESCO programa Čovek i biosfera (Slika 32). Program ima za cilj uspostavljanje naučne osnove za unapređenje odnosa između ljudi i životne sredine. Program Čovek i biosfera se od 1971. godine, kada je započet (UNESCO, 1973), zasniva na kombinovanju saznanja prirodnih i društvenih nauka u cilju poboljšanja života ljudi i zaštite prirode, kao i na inovativnom pristupu u ekonomskom razvoju – društveno, kulturno i ekološki održivo.

vom. Proučavanje uzajamnog odnosa prirode i društvenih procesa, naročito u momentu gubitka biološkog i kulturnog diverziteta, od posebnog je značaja. Vodeća misija ovog programa je razvoj i jačanje modela održivog razvoja kroz Svetsku mrežu rezervata biosfere (UNESCO, 2016).

Koordinacija zaštite prirode, edukacije, održivog ekonomskog razvoja, uključujući i turizam, u rezervatima biosfere se postiže zahvaljujući konceptu zoniranja, poznatom po širokoj primeni u zaštiti prirode (Slika 33). Rezervati biosfere imaju tri zone:

- centralnu zonu, koja se sastoji od strogo zaštićenih područja, pa ona tako doprinosi očuvanju predela, ekosistema, vrsta i genetskih varijacija i gde se, najzad, mogu sprovesti nedestruktivna istraživanja niskog intenziteta i uticaja;
- zaštitnu zonu, koja okružuje ili se graniči sa centralnom zonom i koristi se za ekološki usklađene aktivnosti poput edukacije, obuke, rekreacije, ekoturizma, primenjenih i fundamentalnih istraživanja;
- prelazno područje, u kome se odvija održivi razvoj u naseljenim mestima, gde se nalaze brojni predstavnici lokalne zajednice, uključujući i upravljačka tela, naučnike, predstavnike civilnog društva i gde zajednice lokalnog stanovništva održavaju ekološki održive ekonomske aktivnosti, neguju društvene i kulturne vrednosti (UNESCO, 2021; Tucakov, 2018).

Status rezervata biosfere je fokusiran na balansiranje između zaštite prirode i održivog

razvoja u kome učestvuju zajednice lokalnog stanovništva. Rezervati biosfere moraju ispuniti tri osnovne, ravnopravne i međusobno komplementarne funkcije:

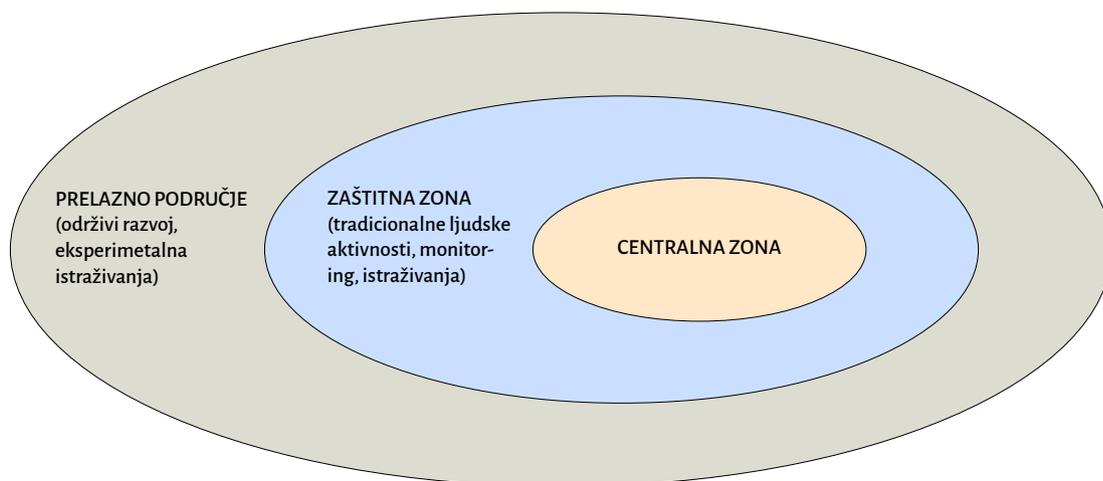
- zaštitu prirodne i kulturne raznovrsnosti;
- razvoj, koji pruža podršku ekonomskom i društvenom održivom razvoju i kulturnoj raznolikosti i
- logističku podršku u oblastima istraživanja, projekata, edukacije, kao i u održavanju veze između zaštite prirode i održivog razvoja na lokalnom nivou, a uz uvažavanje nacionalne i globalne instance (UNESCO, 2021).

Posvećenost u razvoju turizma unutar rezervata biosfere podstakao je i UNESCO pošto je u aplikacionom formularu za dobijanje ovog međunarodnog statusa istakao neophodnost odgovora na pitanja o turizmu unutar nominovanog područja. Tako su u grupi pitanja o funkciji razvoja neizostavna i ona koja se tiču broja posetilaca, turističkih aktivnosti (npr. studije biljnog i životinjskog sveta, rekreacija, kampovanje, pešačenje u prirodi, jedrenje, jahanje), turističkih objekata i njihove lokacije, pozitivnih i negativnih uticaja na turizam (forsirajući i načine njihovog prevazilaženja).

Održivi turizam koji je baziran na prirodi, ekoturizam, ali i drugi oblici turizma, uobičajeni su i poželjni u rezervatima biosfere. Štaviše, održivi turizam je za mnoge rezervate biosfere jedna od centralnih tema njihovog održivog razvoja (Hoppstadius, 2018; Stojanović, 2018). Održivost turizma i njegova povezanost sa rezervatima biosfere je zanimljiva u vremenima



▲ **Slika 32.** Zaštitni znak programa Čovek i biosfera – rezervati biosfere (deo iznad slova „m“ i „a“ je stilizovana verzija drevnog egipatskog znaka života – ankh). Suština je sadržana u poruci da ljudska delatnost mora biti u interesu prirode



► **Slika 33.** Model zoniranja u rezervatima biosfere

kada pokretljivost i globalne nejednakosti čine društvo socijalno, ekološki i ekonomski neodrživim. Pokazalo se da oblast održivog turizma sve više sazreva, menja se i prevazilazi definicije i konceptualne radove, te da se umesto toga fokusira na testiranje i primenu teorije kroz empirijska istraživanja. Takođe, turizam se može upotrebiti kao važan argument za uspostavljanje novih rezervata, stvaranje mogućnosti za zapošljavanje i ekonomsku podršku upućenu očuvanju i zaštiti prirode (Hoppstadius and Sandel, 2018). Proglašavanjem 2002. za godinu ekoturizma, UNESCO je na najvišoj globalnoj instanci jasno istakao suštinu uzajamne povezanosti rezervata biosfere i turizma, ističući kako je potrebno da turizam pokaže više razumevanja za dinamične odnose između prirode i čoveka (UNESCO, 2002). Time je još jednom potvrđena specifična uloga rezervata biosfere u turističkoj ponudi, upravo zbog toga što oni nisu klasična zaštićena područja, kakva prepoznaju kategorije IUCN ili nacionalna zakonodavstva. Najzad, turistička privreda u rezervatima biosfere mora da obezbedi snažnu poruku o zaštiti prirode koju će turisti poneti sa sobom i u isto vreme blagostanje u ekonomskom i socijalnom kontekstu za zajednice lokalnog stanovništva.

Pošto se rezervati biosfere posmatraju kao instrumenti za integrisano upravljanje socio-ekološkim sistemima, njihovi koordinatori (menadžeri) imaju važnu ulogu u pružanju podrške lokalnom stanovništvu. Zajednice lokalnog stanovništva su srž suštine rezervata biosfere i zato moraju biti uključene u rukovođenje ovim prostorima. Oni su čuvari odlika lokalnog predela i poseduju tradicionalna znanja, što je bitno za lokalnu prirodu i kulturu (UNESCO, 2021). Lokalno stanovništvo, ukoliko razume i podržava održive turističke aktivnosti, može snažno da utiče na tempo i intenzitet razvoja turizma u rezervatima biosfere. Zadovoljavajući nivo održivosti turizma će biti postignut ukoliko sadržaje namenjene turistima mogu istovremeno da koriste i pripadnici lokalne zajednice, a posebno ukoliko se time podiže svest o zaštiti prirode. Na primer, interpretacija prirodnih vrednosti u ekološkim centrima i na edukativnim stazama podjednako može biti korisna i turistima i lokalnom stanovništvu (Obradović et al., 2021).

## Objekti Svetske baštine

Za objekte Svetske baštine ključni pojam je „izuzetna univerzalna vrednost“, pod kojom se podrazumeva toliko poseban kulturni ili prirodni značaj da prevazilazi granice jedne države, pa je od zajedničkog interesa za sadašnje i buduće generacije čitavog čovečanstva. Zbog toga je zaštita objekata Svetske baštine bitna za međunarodnu zajednicu u celini (Slika 34).

UNESCO je 1972. godine usvojio Konvenciju o zaštiti prirodne i kulturne baštine konstatujući da je baština sve više ugrožena, ne samo zbog klasičnih uzroka propadanja, već i zbog promena u društvenom i ekonomskom životu, koje donose nove vidove njenog oštećenja i razaranja. Konvencija polazi od konstatacije da je oštećenje ili nestanak svakog objekta prirodne i kulturne baštine osiromašenje za sve narode sveta. Zaštita baštine na nacionalnom nivou može biti nepotpuna zbog odsustva ekonomskih, naučnih i tehničkih sredstava u državama gde se objekat nalazi. Značaj Konvencije se ogleda i u stavu da je cela međunarodna zajednica dužna da učestvuje u zaštiti one baštine koja je od izuzetne univerzalne vrednosti i kojoj prete nove opasnosti (UNESCO, 1972).

Osnovni zadatak Konvencije o zaštiti baštine je utvrđivanje kako prirodne, tako i kulturne baštine, odnosno, sastavljanje popisa onih mesta ili objekata za čiju zaštitu je zainteresovano čitavo čovečanstvo. Postoje četiri tipa takvih objekata: (1) kulturni, (2) prirodni, (3) mešoviti – sadrži elemente prirodnog i kulturnog nasleđa i (4) kulturni predeli – koji su ilustrativni za evoluciju ljudskog društva i naselja kroz vreme, a pod uticajem su fizičkih ograničenja ili prilika koje predstavljaju njihovo prirodno okruženje (UNESCO, 2012).

Konvencija pod prirodnom baštinom podrazumeva: (1) spomenike prirode koji se sastoje od fizičkih ili bioloških formacija i imaju izuzetnu univerzalnu vrednost sa estetske ili naučne tačke gledišta; (2) geološke ili fizičko-geografske formacije i tačno određene zone koje su staništa ugroženih vrsta životinja i biljaka, od izuzetne univerzalne vrednosti sa naučne i konzervatorske tačke gledišta; (3) znamenita mesta prirode ili tačno određene prirodne zone koje imaju izuzetnu prirodnu vrednost sa tačke gledišta nauke, konzervacije ili prirodnih lepota (UNESCO, 1972).



▲ **Slika 34.** Zaštitni znak Svetske baštine se koristi za identifikaciju objekata zaštićenih Konvencijom o svetskoj kulturnoj i prirodnoj baštini, koji su upisani na zvaničnu Listu Svetske baštine (četvorougao simbolizuje čovekovu inspiraciju, a krug planetu i globalnu zaštitu)

Države potpisnice Konvencije svim raspoloživim sredstvima, posebno obrazovnim i informativnim programima, moraju da podstiču uvažavanje i poštovanje prirodne i kulturne baštine. Takođe, države se obavezuju da će opširno informisati javnost o ugroženosti baštine.

Konvencija o zaštiti prirodne i kulturne baštine je od potpisivanja prošla kroz brojne promene i dinamičan razvoj, što je uticalo i na konačni proces proglašavanja objekata Svetske baštine. Na tridesetu godišnjicu od potpisivanja usvojen je set ciljeva poznat kao „Pet C“. Ovi ciljevi su odgovor na sve veći broj zahteva za održivom, sveobuhvatnom i inkluzivnom primenom Konvencije o zaštiti baštine (ime potiče od pet ključnih reči na slovo c u engleskom jeziku: kredibilitet [credibility], zaštita [conservation], izgradnja kapaciteta [capacity-building], komunikacija [communication] i zajednice [communities]).

Jedna od prednosti nakon ratifikacije Konvencije, a posebno za države u razvoju, jeste pristup fondu za Svetsku baštinu. Godišnje se značajna suma novca stavi na raspolaganje državama potpisnicama s ciljem identifikacije, očuvanja i promovisanja objekata Svetske baštine. Hitna pomoć takođe može biti dostupna za brze akcije koje uključuju sanaciju štete izazvane antropogenim ili prirodnim katastrofama. U slučaju objekata uvrštenih na listu Svetske baštine u opasnosti, pažnja i sredstva kako nacionalne tako i međunarodne zajednice usmereni su na potrebe očuvanja ovih posebno ugroženih lokaliteta. Objekti upisani na listu Svetske baštine takođe imaju korist od izrade i primene sveobuhvatnog plana upravljanja baštinom, koji postavlja adekvatne mere očuvanja i mehanizme praćenja tih objekata. Konačno, upis objekta na listu Svetske baštine dovodi do unapređenja javne svesti o baštini, njenim izuzetnim vrednostima, čime se povećavaju i turističke aktivnosti u vezi sa objektom. Kada se dobro isplaniraju i organizuju principi održivog turizma, moguće je da ova delatnost donese značajna sredstva kako konkretnom objektu baštine, tako i lokalnoj ekonomiji.

Uzajamni odnos turizma i Konvencije o zaštiti prirodne i kulturne baštine uglavnom se posmatra kroz prizmu organizacije turizma u objektima Svetske baštine (UNESCO and

UNEP, 2002). Da bi rasvetlio prirodu ovog odnosa UNESCO je 2011. godine pokrenuo program Svetska baština i održivi turizam, koji razvija novi pristup zasnovan na dijalogu i saradnji zainteresovanih strana i gde je prisutno integrisano planiranje turizma i upravljanje baštinom na nivou neke turističke destinacije. Neki od osnovnih ciljeva ovog programa su: (1) uključivanje principa o održivom turizmu u Konvenciju o zaštiti prirodne i kulturne baštine, (2) jačanje podsticajnog okruženja kroz strategije i politike razvoja koje podržavaju održivi turizam kao sredstvo za zaštitu prirodnog i kulturnog nasleđa, (3) angažovanje zainteresovanih strana u razvoju održivog turizma, koji prati principe očuvanja baštine u destinaciji i fokusira se na jačanje lokalnih zajednica i (4) promocija kvalitetnih turističkih proizvoda koji podstiču razumevanje izuzetne univerzalne vrednosti i zaštite Svetske baštine (UNESCO, 2011).

Uprkos razvijenom mehanizmu pokretanja novih tema o pozitivnoj međuzavisnosti turizma i prirodne baštine, u svetu ima dosta primera koji demonstriraju negativan uticaj turizma na prirodne objekte sa liste Svetske baštine. Povećani pritisak posetilaca smatra se jednim od ključnih pitanja i od podjednako značaja za turističku privredu, institucije unutar turističke destinacije i menadžere objekata upisanih na listu (UNESCO, 2013). Prekomerni broj poseta može imati ozbiljne posledice po integritet prirodnog nasleđa, a posebno onda kada je neplaniran, veoma brz i kada nadmašuje kapacitet infrastrukture i sistema za upravljanje prirodnim nasleđem. Nagli porast broja turista često ugrožava baš one vrednosti zbog kojih je objekat upisan na listu Svetske baštine. S povećanjem broja posetilaca su povezani i drugi problemi uključujući: zagušenja, visok intenzitet saobraćaja, razvoj infrastrukture, zagađivanje vazduha, zagađivanje voda, unošenje invazivnih vrsta, buku i druge uticaje izazvane prisustvom velikog broja turista – npr. uništavanje staništa, uznemiravanje životinja, vandalizam (Borges et al., 2011). Na primer, poznata turistička destinacija Plitvičkih jezera u Hrvatskoj, koja su još 1979. godine uvrštena na listu Svetske baštine, mogla bi čak ostati bez ovog statusa i to upravo zbog svoje popularnosti i prekomernih poseta (WWF,

2017). Na godišnjem nivou ovde se zabeleži oko 1,5 miliona posetilaca, od kojih mnogi i nisu evidentirani kao turisti, jer borave kraće od jednog dana. Ipak, efekat negativnog uticaja je na kraju isti, a posebno kada se uzme u obzir da brojna susedna mesta i opštine od poseta nemaju veliku korist (Bušljeta Tonković, 2019).

### Geoparkovi

Rad na afirmaciji geoparkova UNESCO je otpočeo 2001. godine. U 2004. u Parizu su se okupili predstavnici sedamnaest evropskih i osam kineskih geoparkova kako bi osnovali Globalnu mrežu geoparkova, u kojoj nacionalni predstavnici za očuvanje reprezentativnih vrednosti geodiverziteta (tzv. geonasleđe) doprinose globalnim naporima za očuvanje ovog specifičnog vida baštine. Globalna mreža geoparkova, kroz razvijanje koncepcije o njihovoj zaštiti, pomaže lokalnim zajednicama širom sveta da očuvaju svoj integritet i raznovrsnost abiotičke i biotičke prirode, kao i da kroz održivo korišćenje prirodnih resursa podstiču lokalni ekonomski i kulturni razvoj.

Proglašavanje geoparkova je rezultat drugačijeg pogleda na geodiverzitet – važan i u stručno-naučnim proučavanjima dugo zapostavljeni deo životne sredine, čija je elaboracija u teoriji i praksi preovladala tek u poslednjoj deceniji 20. veka. Skretanje pažnje na resurse geodiverziteta se desilo zbog isključivog isticanja vrednosti biodiverziteta u institucionalnoj zaštiti prirode, odnosno zbog zapostavljenosti uvažavanja uloge geodiverziteta u prirodnim procesima. Tako je neravnoteža unutar politike i prakse zaštite prirode došla do stadijuma kada je „očuvanje prirode“ posmatrano kao sinonim za „očuvanje izvornog biljnog i životinjskog sveta“ (Gray, 2004). Da bi dokazali kako raznovrsnost u prirodi nije isključivo ona koja se ogleda u biodiverzitetu, geolozi i geomorfolozi su osmislili i promovisali pojam geodiverzitet u nameri da opišu raznovrsnost u abiotičkoj prirodi. Geodiverzitet predstavlja raznolikost stena, sedimenata, reljefa, zemljišta i geomorfoloških procesa na nekom području. Između geodiverziteta i biodiverziteta postoje bliske veze i zavisnosti (Gordon et al., 2006). Uprkos drugačijim i donedavno široko rasprostranjenim stavovima da geodiverzitet

nije tako krhki fragment životne sredine, na način kako je to biodiverzitet, istraživanja su pokazala nešto sasvim drugačije (Ólafsdóttir and Dowling, 2013). Zato korišćenje pojma geodiverzitet nije korisno samo kao vid nekakvog razmišljanja o neživom svetu, već može biti i važan alat u promovisanju geokonzervacije (Prosser, 2002).

Geokonzervacija je akt identifikacije i zaštite vrednog abiotičkog nasleđa, koji može biti u ulozi demonstracije geo-naučnih, estetskih, ekonomskih, kulturnih, obrazovnih i istorijskih vrednosti, a od koristi je i u planiranju dugoročnog održivog razvoja (Williams et al., 2020; Gray, 2004; Chen et al., 2020). Bez obzira na neravnotežan status u poređenju sa zaštitom biljnog i životinjskog sveta, geokonzervacija ili zaštita geoloških i geomorfoloških fenomena, kao i ostalih segmenata geodiverziteta, ima dugu istoriju. Još u 19. veku su se istakli pionirski poduhvati u Škotskoj, Nemačkoj i Švajcarskoj. Čak je i Jelouston kao prvi zaštićeni nacionalni park u svetu dobio ovaj status zahvaljujući i „lepoti geoloških fenomena“ (Gray, 2004). Ipak, novo poglavlje u geokonzervaciji je nastupilo u 21. veku sa proglašavanjem i zaštitom prvih UNESCO geoparkova, što se ispostavilo kao važan korak u zaštiti prirode, podsticanju razvoja zajednica lokalnog stanovništva i najzad u razvoju geoturizma.

Geoparkovi su savremeni čin geokonzervacije, koji predstavlja geografski jedinstvena područja i upravlja lokalitetima i predelima od međunarodnog geološkog značaja, uz primenu holističke koncepcije zaštite, obrazovanja i održivog razvoja. Geopark koristi svoje geološko nasleđe, u vezi sa svim drugim aspektima prirodnog i kulturnog nasleđa zaštićenog područja, da bi se povećala ekološka svest i razumevanje ključnih problema sa kojima se društvo danas suočava, na primer održivim korišćenjem resursa Zemlje, ublažavanjem efekta klimatskih promena i smanjenjem uticaja prirodnih nepogoda. Podižući svest o važnosti geonasleđa, UNESCO geoparkovi bi trebalo da pruže stanovništvu lokalnih zajednica osećaj ponosa u odnosu na regionalnu pripadnost i da osnaže njihovo identifikovanje sa zaštićenim područjem. Zaštita geoparkova stimuliše pokretanje inovativnih lokalnih preduzeća, novih radnih mesta i visokokvali-

## Prilog 12. Geoparkovi na Islandu: lokalni razvoj između geokonzervacije i geoturizma

Zbog svog specifičnog položaja, u severnom delu Atlantskog okeana i duž Srednjoatlantskog grebena, Island ima jedinstvenu geologiju i dinamične prirodne predele sa tendencijom privlačenja velikog broja turista. Zahvaljujući aktivnim geološkim procesima, a oni i sada oblikuju predeonu fizionomiju, u kombinaciji sa izvornom prirodom ove zemlje, Island se naziva otvorenom laboratorijom u geonaukama. Jedan od glavnih razloga za većinu od dva miliona turista, koji su 2019. posetili Island, jeste upravo njegova jedinstvena geologija, čiju suštinu simbolično predstavljaju dva UNESCO geoparka: Katla i Rejkjanes.

Geopark Katla se nalazi u centralnom delu južnog Islanda, gde obuhvata široko prostranstvo od tzv. crnih plaža na obali Atlantskog okeana pa sve

do planinskih krajeva na severu i impozantnih lednika. Ime je dobio po vulkanu Katla, koji je stolicima uticao na prirodne odlike svoje okoline, ali i na kulturu lokalnog stanovništva. Čak oko osamdeset geolokaliteta u Geoparku predstavlja njegove najveće prirodne vrednosti uključujući, između ostalog, i vulkanske stene nastale u submariniskim erupcijama, rečne kanjone, prepoznatljive bazaltne stubove, vodopade i još mnogo toga. Geopark Rejkjanes se nalazi na mladom kopnu istoimenog poluostrva, na krajnjem jugozapadu Islanda, nastalog na granici dve tektonske ploče duž Srednjoatlantskog grebena. Predeo Geoparka čine tokovi bazaltne lave i izrazita geotermalna aktivnost u vidu pojava brojnih sulfatara. U granicama Geoparka Rejkjanes se nalazi više od pedeset geolokaliteta.

Geoturizam u geoparkovima Islanda se zasniva i na obilasku geolokaliteta od kojih je veliki broj opremljen turističkom infrastrukturom veoma malog, ali zadovoljavajućeg obima. Podaci o prirodnim i kulturnim vrednostima se mogu pročitati u kratkim tekstovima na postavljanim informativnim panelima, čiji sadržaji su dopunjeni i etičkim kodeksima za posetioce. U ulozi interpretatora prirodnih i kulturnih vrednosti se nalaze i mali muzeji, prirodnjačke postavke i centri za posetioce. Kriterijum blagostanja lokalnog stanovništva postiže se kroz mogućnost pružanja brojnih usluga, uključujući i plasiranje poljoprivrednih proizvoda sa malih farmi. Takvim modelom turističkog razvoja na Islandu ne samo da štite prirodu, već geoturizmom povećavaju kvalitet života lokalnog stanovništva u ruralnim i udaljenijim područjima.



▲ Slika 35. Geoparkovi Islanda – A. i B. geolokalitet Dyrhólaey i ugostiteljska osnova u sela Vik u Geoparku „Katla“; C. i D. geolokalitet „Most između kontinenata“ i platforma za posmatranje sulfatara u Geoparku „Reykjanes“

Foto: V. Stojanović

tetnih kurseva obuke iz raznih oblasti, uključujući i geoturizam, jer se ovim oblikom turizma istovremeno ostvaruju novi izvori prihoda i čuvaju geološki fenomeni zaštićenih područja (UNESCO, 2016a).

Geoturizam je osnovni i prvi oblik turizma u geoparkovima. U poslednjim decenijama je stekao izuzetnu popularnost. Geoturizam se može razvijati i van geoparkova, ali je specifična veza između geokonzervacije i geoturizma, dva kraja jedinstvene inicijative o popularizaciji geodiverziteta (Williams et al., 2020), učinila to da se geoturizam u prvom redu povezuje sa geoparkovima. Geoturizam je oblik turizma zasnovan na prirodi koji svoj fokus stavlja na geologiju i predele. Ovaj oblik turizma promoviše geolokalitete, očuvanje geodiverziteta i razumevanje geonauka kroz koncept učenja. Preovlađujuće aktivnosti u geoturizmu su: posete predelima sa specifičnim geološkim odlikama, korišćenje geo-staza i vidikovaca, obilasci sa vodičem i posete specijalizovanim vizitorskim centrima (Newsome and Dowling, 2006). Slično kao i u drugim oblicima turizma, interpretacija je od posebne važnosti za doživljaj turista u geoturizmu. Glavni doživljaji koje savremeni turisti traže uočavaju se u potrebi za opuštanjem, bekstvom i estetikom, a mnogi geokonzervatori ovo ne prepoznaju, jer je geoturizam, pre svega, vid održivog turizma. Geoturizam je u suštini tip održivog razvoja koji se bavi „tumačenjem životne sredine“ i zato turistička interpretacija ovde sa sobom nosi određene specifičnosti (Hose, 2006). Raznovrsne i dobro osmišljene izložbe, galerije, muzeji i edukativne staze, koje tumače lokalnu geologiju i geomorfologiju, od posebnog su značaja za interpretaciju u geoturizmu. Ipak, centralna mesta interpretacije nasleđa u geoparkovima bi trebalo da se nalaze na samim geolokalitetima. Geolokalitet je lokacija u granicama geoparka od posebnog geološkog ili geomorfološkog značaja, a pored toga može imati i određeni kulturni značaj (Prilog 12).

Geoturizam insistira, slično kako je to i kod drugih oblika održivog turizma, na blagostanju zajednica lokalnog stanovništva. Afirmacija lokalne zajednice kroz turizam jedna je od glavnih funkcija geoparkova. Geoturizam se smatra podsticajnim za zapošljavanje lokalne zajednice u blizini geoparkova, pa tako i za lo-

kalni ekonomski razvoj, a posebno onda kada se oni nalaze u planinskim predelima, daleko od gradskih centara, sa malo resursa i nerazvijenom ekonomijom. Osnivanje geoparkova može olakšati ekonomski razvoj za osiromašeno lokalno stanovništvo u takvim regijama (Chen et al., 2015). Da bi se cilj zaista i postigao lokalno stanovništvo mora biti duboko uključeno u geokonzervaciju. Najzad, uključenost lokalnog stanovništva u geoturizam se ne vidi samo kroz dobit za životnu sredinu (geokonzervacija), već time značajno može biti unapređeno i turističko iskustvo. Zahvaljujući znajući, infrastrukturnim objektima, uslugama i proizvodima, koji dolaze iz lokalnih zajednica, aktivnost i ponuda u geoturizmu mogu biti samo kvalitetniji (Dowling, 2011). Na putu prema održivom geoturizmu u geoparkovima, lokalnom stanovništvu treba obezbediti i programe edukacije za obavljanje usluga vodiča i osnivanje inovativnih lokalnih preduzeća koja pružaju usluge smeštaja, ali i brojne druge usluge bez kojih turizam ne može da opstane (Henriques et al., 2018).

### Ramsarska područja

Konvencija o vlažnim staništima je međuvladin sporazum usvojen 2. februara 1971. u iranskom gradu Ramsaru, na južnoj obali Kaspijskog jezera. Zbog toga, konvencija je poznata i pod nezvaničnim imenom „Ramsarska konvencija“, premda je naziv ovog sporazuma „Konvencija o vlažnim staništima“, odnosno detaljnije i još tačnije: „Konvencija o vlažnim staništima od međunarodnog značaja, posebno kao prebivališta ptica močvarica“. Ramsarska konvencija je prvi savremeni i globalno prihvaćen međuvladin sporazum o očuvanju i održivom korišćenju prirodnih resursa, iako su u poređenju sa novijim sličnim inicijativama, njegove odredbe relativno jednostavne i uopštene. S vremenom početna inicijativa zaštite je dodatno razvijana i menjana, na način kako su se menjali prioriteti, trendovi i razmišljanja o životnoj sredini u svetu. Iz svega proističe da je osnovna misija Ramsarske konvencije očuvanje i mudro korišćenje svih tipova vlažnih staništa kroz lokalne, regionalne, nacionalne aktivnosti i međunarodnu saradnju, kao doprinos u postizanju ciljeva održivog razvoja širom sveta (Ramsar, 2007).

Centralna tema Ramsarske konvencije je poruka o neophodnosti održivog korišćenja svih vlažnih staništa, a glavni alat u postizanju tog cilja je sastavljanje liste vlažnih staništa od međunarodnog značaja. Trenutno se na listi nalazi više od 2.400 ramsarskih područja, od kojih svako posebno doprinosi cilju očuvanja ovih vrednih ekosistema. Jedanaest upisanih područja je na teritoriji Srbije (Tabela 9).

Vlažna staništa su područja u kojima je voda primarni faktor kontrole životne sredine, od značaja i za biljni i životinjski svet. Ovakva staništa se pojavljuju tamo gde je voda na površini zemlje, blizu nje ili gde je zemlja potpuno prekrivena vodom. Ramsarska konvencija ima veoma širok pristup u prepoznavanju vlažnih staništa, gde pod ovim tipom životne sredine podrazumeva: močvare, tresetišta, područja

koja su povremeno ili stalno pod vodom, prirodna ili stvorena radom čoveka (npr. ribnjaci ili pirinčana polja), uključujući i područja morskih voda čija dubina u vreme oseke ne prelazi šest metara. U pokušaju da se raznovrsnost vlažnih staništa grupiše po njihovom poreklu, izdvojeno je pet grupa tih staništa: morska (priobalna vlažna staništa, lagune, stenovite obale i koralni grebeni), estuarna (delte, plimske močvare, mangrove), jezerska (močvare povezane sa jezerima), rečna (plavne ravnice duž reka) i močvarna unutar kopnenih voda. Pored nabrojanih grupa tu su i ona vlažna staništa koja je stvorio čovek, poput ribnjaka, navodnjavanih poljoprivrednih površina, šljunkara, solana i kanala.

Značaj vlažnih staništa se ogleda i u geografskoj činjenici njihovog prisustva na svim

**Tabela 9.** Ramsarska područja u Srbiji

Ramsarsko područje	Datum proglašavanja	Površina (ha)	Kraći opis
Gornje Podunavlje	13.11.2007.	22.480	Vredan prirodni predeo rečnih rukavaca, bara i močvara, koji prate tok Dunava u dužini od oko 36 km. U pogledu prirodnih odlika predstavlja jedinstveni predeo sa Kopačkim ritom i Gemencem, u susednim državama, Hrvatskoj i Mađarskoj. Odlikuje se izuzetnom ekosistemskom, specijskom i genetičkom raznovrsnošću. U okruženju se nalazi veći broj naselja, multikulturalnog obeležja, sa dobro očuvanim folklornim vrednostima.
Koviljsko-petrovaradinski rit	08.03.2012.	8.292	Dobro očuvan mozaik rečnih rukavaca, meandara, kanala, bara, vlažnih livada, pašnjaka u južnoj Bačkoj i nedaleko od Novog Sada. Predeli su kao deo aluvijalnog područja oblikovani poplavnim talasom Dunava i čovekovim aktivnostima. Zaštićeno područje obuhvata staništa ugroženih biljaka, mrestilište je riba i važno za ptice. Koristi se za šumarstvo, lov, ribolov i stočarstvo.
Labudovo okno	19.03.2006.	3.733	Područje na južnom obodu Panonskog basena, obuhvata priobalje Dunava sa okolnim predelima uključujući i priobalje reke Nere. Dunav na ovom sektoru toka usporava, ima viši vodostaj, usled čega plavi niske priobalne terene i krajnji južni rub Deliblatske peščare. Priobalne rečne močvare uslovljavaju prisustvo raznovrsnih akvatičnih zajednica, kao i onih tipičnih za vlažna staništa ovog tipa. Veoma je važno za ptice. Dominantna privredna delatnost je stočarstvo.
Ludaško jezero	28.03.1977.	593	Predeo na kontaktu peščanih i lesnih formacija sa Ludaškim jezerom kao centralnim delom. Složenost prirodnih odlika predela uslovljava je na relativno malom prostoru pojavu i opstanak različitih vrsta staništa: vodena (barsko-jezersko), močvarna, livadska, slatinska i stepska. Prisutan je raznovrstan biljni i životinjski svet, a glavno obeležje čini bogata ornitofauna sa više od 230 registrovanih vrsta. U okruženju se nalaze važni arheološki lokaliteti i stari salaši.
Obedska bara	28.03.1977.	17.501	Jedinstveni predeo vlažnog staništa u niskim aluvijalnim terenima reke Save, čiju prirodnu vrednost upotpunjuju brojne bare, mrtvaje i vlažne livade. Najznačajnija akvatorija je Obedska bara, zaostali meandar reke Save. Ceo predeo je izuzetno značajan za brojne vrste ptica močvarica. U okolnim naseljima su sačuvani elementi tradicionalne arhitekture.

Ramsarsko područje	Datum proglašavanja	Površina (ha)	Kraći opis
Slano kopovo	14.05.2004.	976	Zaostali paleomeandar reke Tise od izuzetnog je značaja za brojne zaštićene vrste, a od značaja je i kao jedinstveni primer staništa na slatinama. Ovo je jedno od najznačajnijih staništa ptica u Srbiji. U blizini se nalaze ostaci crkve Arače, važnog srednjovekovnog spomenika na tlu Vojvodine.
Stari Begej-Carska bara	14.03.1996.	1.767	Područje se nalazi u aluvijalnoj ravni Begeja i Tise. Pre izgradnje sistema odbrambenih nasipa bilo je izloženo poplavnim vodama ovih reka. Ukupnoj predeonoj i ekološkoj vrednosti doprinose brojne mrtvaje, bare, jezera i ribnjaci. Najznačajnije i dominantne akvatorije su Carska bara i Stari Begej. Raznovrsnost biotopa na relativno malom prostoru uslovljava raznovrsnost živog sveta uključujući brojne vrste riba, ptica, biljaka, reptila i sisara.
Zasavica	13.03.2008.	1.913	Nalazi se u severnoj Mačvi i obuhvata ekosisteme u priobalju reke Save, sa dominantnom rekam Zasavicom i njenom pritokom Batar. Duž ovog pojasa akvatičnih i močvarnih ekosistema protežu se i brojne vlažne livade i šume, ističući Zasavicu kao jedno od najprepoznatljivijih vlažnih staništa u Srbiji.
Peštersko polje	19.03.2006.	3.421	Nalazi se na Pešterskoj visoravni (1.150 m n.v.) u jugozapadnoj Srbiji. Predstavlja dobro očuvanu brdsko-planinsku tresavu. Zbog prostorne izolovanosti i privrede, koja se stolicima bazira na stočarstvu, zajednice lokalnih muslimana i hrišćana odlikuju se posebnim karakteristikama.
Đerdap	08.06.2020.	66.525	Nalazi se u granicama Nacionalnog parka Đerdap, na desnoj obali Dunava, u Đerdapskoj klisuri. Područje je poznato po svojim predeonim karakteristikama i upečatljivim geološkim i reljefnim odlikama. Kultura Lepenskog vira iz mezolitsko-neolitskog perioda je predstavljena na uređenom za posetu arheološkom lokalitetu. Vlažna staništa se nalaze na mnogim rekama, potocima, barama, močvarama. Od izuzetnog je značaja za ptice selice.
Vlasina	13.11.2007.	3.209	Nalazi se u jugoistočnoj Srbiji, gde obuhvata Vlasinsko jezero, njegovu razučenu obalu, vlažne livade, tresave i dolinu reke Vlasine. Pre formiranja veštačke akumulacije na čitavom prostoru se nalazila najveća tresava na Balkanu i jedna od najvećih u Evropi. Plutajuća tresetna ostrva na jezeru predstavljaju važna staništa borealne flore u južnoj Evropi. Stanovništvo se iz ovih krajeva iseljava, pa u okolini živi još oko 1.400 domaćinstava.

geografskim širinama od polova do ekvatora. Uprkos tome što zahvataju mali deo od ukupne površine Zemlje, vlažna staništa su značajni centri biodiverziteta. Zatim, ovi prostori su prepoznatljivi po tome što obezbeđuju brojne ekosistemske usluge uključujući: kontrolu poplava, stabilnost podzemnih voda, očuvanje obala od erozije i oluje, prečišćavanje voda, ublažavanje klimatskih promena, podršku kulturnom diverzitetu i najzad turizam i rekreaciju. Samo aktivnost posmatranja divljih životinja, kao popularni vid ekoturističke ponude, omogućuje upravljačima vlažnih staništa širom sveta da ostvaruju visoke novčane prihode.

Vlažna staništa su ugrožena u pogledu zagađivanja i smanjenja njihove površine. Od početka 18. veka je trajno izgubljeno od 50% do 87% vlažnih staništa. Nestanak se samo u 20. veku odvijao četiri puta brže nego ranije. Kon-

verzija i gubitak vlažnih staništa će biti nastavljeni i u budućnosti u svim delovima sveta, posebno u Aziji, tako da je sudbina preostalih vlažnih staništa u svetu neizvesna (Davidson, 2014). Postoji više razloga zašto vlažna staništa, a sa njima i biodiverzitet, rapidno nestaju. U najčešće uzročnike se ubrajaju: zagađivanje voda, regulisanje prirodnih tokova, eksploatacija voda, prekomerna eksploatacija ribljev fonda zbog ribarstva i unošenje stranih vrsta (Strayer and Dudgeon 2010). Čovečanstvo će u narednom periodu morati da uloži izuzetne napore u očuvanju vlažnih staništa (Prilog 13).

Više analiza je do sada pokazalo kako su vlažna staništa od posebnog značaja za razvoj turizma i to iz ugla preovlađujućih potencijala (Stojanović et al., 2018), stavova koje turisti imaju o ovim prostorima (Lee, 2009; Do et al., 2015; Stojanović et al., 2022), kao i na osnovu stavova lokalnog stanovništva o razvoju turiz-

### Prilog 13. Šta možemo da učinimo za očuvanje vlažnih staništa?

Vlažna staništa su centri biodiverziteta, omogućuju brojne ekosistemske usluge, najzad ublažavaju klimatske promene, a s obzirom na to da je više od 60% vlažnih staništa u svetu trajno degradirano ili nestalo, Sekretarijat Ramsarske konvencije je predložio kraću listu aktivnosti na osnovu kojih bi svaki stanovnik mogao da pruži svoj doprinos u zaštiti ovih važnih prostora:

1. Naučite da opažate vlažna staništa oko sebe (pogledajte da li u vašoj okolini postoji neko vlažno stanište – jezero, bara, močvara, ribnjak, zaštićeno ili nezaštićeno; da li se mogu primetiti promene koje ugrožavaju njihov predeo; održavajte kontakt sa nadležnima za to područje i podstaknite vašim interesovanjem brigu za zaštitu)
2. Edukujte druge (upravo zbog toga što preovlađuje mišljenje da su mnoga vlažna staništa beskoristan prostor čiju namenu treba promeniti, potrudite se da interpretirate i objasnite njihovu važnost zanimljivim podacima o njihovoj prirodi i prisutnosti u lokalnoj istoriji i kulturi)
3. Organizujte čišćenje vlažnih staništa (za relativno kratko vreme moguće je postići rezultat u revitalizaciji degradiranih vlažnih staništa, na primer uklanjanjem divljih deponija; fotografišite i pokažite stanje pre i posle čišćenja)
4. Promenite vaše potrošačke navike (ušteda vode, smanjenje otpada i podsticanje održive po-

ljoprivrede mogu imati pozitivan uticaj na vlažna staništa; upotrebljavajte ekološki prihvatljive proizvode, reciklirajte kućni otpad i potrudite se da štetni otpad ne završava na deponijama)

5. Održavajte vašu baštu s pažnjom (poboljšajte efekat navodnjavanja sopstvene bašte, koristite manje đubriva i izbegavajte toksične pesticide; zagađena voda i invazivne biljke su pretnja za vlažna staništa)
6. Pridružite se obeležavanju Svetskog dana vlažnih staništa svakog 2. februara (pružite podršku osmišljenim događajima u obeležavanju međunarodnog dana vlažnih staništa)
7. Pridružite se drugima da biste napravili razliku (mnoge organizacije već rade na zaštiti vlažnih staništa i zato se povežite sa njima) (Ramsar, 2015).

Saveti Sekretarijata Ramsarske konvencije mogu lako pronaći svoju primenu i u razvoju održivog turizma u vlažnim staništima. Postupak opažanja vlažnih staništa u nekom okruženju povezan je sa zadacima inventarizacije i turističke valorizacije, a potom i afirmacije nove turističke ponude. Edukacija i ekološka edukacija su osnovne aktivnosti održivog turizma, koji predstavlja alat u popularizaciji problema životne sredine na lokalnom, regionalnom i globalnom nivou. Najzad, akcije čišćenja vlažnih staništa mogu biti sastavni deo aktivnosti u volonterskom turizmu.

ma u ovim destinacijama (Egresi et al., 2021). Turističko korišćenje vlažnih staništa je od kraja 20. veka stalno dobijalo novu konotaciju, onako kako se percepcija o ovim prostorima menjala, ali zahvaljujući i promenama trendova u zaštiti životne sredine i prihvatanju ekoloških načela u turizmu. Neki od najznačajnijih primera organizovanog korišćenja resursa vlažnih staništa u svrhu posmatranja ptica zabeleženi su u Severnoj Americi još devedesetih godina 20. veka. Svakog proleća na reci Plat u Nebraski su se okupljali brojni posmatrači ptica i to da bi videli jednu od posebnih vrsta tog podneblja – ždrala. U vreme migracije, koja ima pravac od jugozapadnih i toplijih krajeva ka subarktičkom podneblju, reka Plat je predstavljala važno svetsko stanište ove ptice sa oko 500.000 jedinki, što je 80% od ukupne svetske populacije. Skladnih kontura, izduženih nogu i vrata, ždral je postao važan turistički resurs ovog dela SAD. Turističke nadstrešnice, kapaciteta do četrdeset posetilaca, bile su važan deo infrastrukture, jer su omogućavale bliski kontakt bez zastrašivanja i uznemirava-

nja. Posmatrači ptica su ostali zapamćeni kao veoma uporni, spremni da voze celu noć do destinacije, da se smrzavaju tokom hladnog prolećnog jutra, strpljivo iščekujući priželjkivani susret (O'Gara, 1998).

Samo u 2010. godini, a taj trend se održao do danas, više od 35% ramsarskih područja je u izveštajima prijavilo da ima na svom području određeni broj turističkih aktivnosti. Trend je u sličnom procentu prisutan u svim delovima sveta. Ovo se odnosi samo na ona vlažna staništa koja se štite prema Ramsarskoj konvenciji, ali je neosporan značaj turizma i za brojna druga vlažna staništa koja konvencija deklarativno ne prepoznaje (Ramsar and WTO, 2012). O značaju i privlačnosti vlažnih staništa za razvoj rekreacije i turizma, koja generišu značajan prihod za razvoj zajednica lokalnog stanovništva, govore i izveštaji iz raznih i gotovo svih delova sveta. Na primer, rekreativno ronjenje na koralnim grebenima u Marinskom parku „Bonaire“ u Holandskim Antilima svake godine donese trideset miliona američkih dolara ekonomiji ovih ostrva. Sa 1,6 miliona turista koji godišnje pose-

te Marinski park „Veliki koralni greben“, zaradi se više od milijardu australijskih dolara. Turizam u rezervatu divljači Moremi, u delti Okavango (Bocvana), 2003. godine je prihodovao sa šesnaest miliona dolara. Pola miliona turista godišnje poseti vodene bašte Živernija u Francuskoj, koje su inspirisale Monea da naslika seriju dela s lokvanjima. U SAD rekreativni lovci podržavaju finansijski očuvanje više od pet miliona hektara raznovrsnih vlažnih staništa. Prihodi od turizma u oblasti Broads u Velikoj Britaniji ekvivalentni su iznosu od 3.000 radnih mesta sa punim radnim vremenom (Ramsar, 2011). Najzad, zbog sveukupnog značaja vlažnih staništa za razvoj turizma, u 2012. godini Međunarodni dan vlažnih staništa je bio posvećen temi „Vlažna staništa i turizam“. Sekretarijat Ramsarske konvencije se tada prvi put bavio temom postizanja ciljeva održivog turizma u vlažnim staništima.

Uprkos tome što su u mnogim ramsarskim područjima rekreativne aktivnosti pažljivo zornirane, a turistički razvoj smerno vođen principima odgovornog turizma, neodrživi razvoj turizma i rekreacije je značajan uzročnik degradacije vlažnih staništa u mnogim državama. Nisu sve rekreativne i turističke aktivnosti u ramsarskim područjima nužno kompatibilne sa održivim upravljanjem ili mudrim korišćenjem vlažnih staništa. Kontinuirani i brzi rast turizma vrši pritisak na turističke lokalitete i destinacije. Turiste posebno privlače vodena prostranstva, a vlažna staništa su veoma osetljiva i uvek postoji opasnost da turizam ostvari negativan uticaj na njihov biljni svet, životinjski svet i zajednice lokalnog stanovništva. Zato Ramsarska konvencija insistira na promociji rigorozne i prethodne procene bilo kakvog razvoja sa tendencijom uticaja na vlažna staništa. Privlačnost kratkoročnih finansijskih zarada, koje često ne idu u prilog razvoja lokalnog stanovništva, utiču na to da se vlažna staništa i dalje degradiraju ili uništavaju kroz neodržive turističke projekte u raznim delovima sveta.

Koncepcija održivog turizma, onako kako je usvojila turistička privreda, i mudro korišćenje, kao osnovni pristup u upravljanju i očuvanju vlažnih staništa, dele osnovni zajednički cilj u održavanju izvornih ekoloških procesa. Ovo pruža čvrstu osnovu za upravljanje turizmom u vlažnim staništima. Pre svega, mudro

korišćenje i održivi turizam se odnose na praktične akcije upravljača vlažnih staništa i turističkih preduzeća. U vlažnim staništima i oko njih odvijaju se razni oblici turističkih aktivnosti, uključujući i masovni turizam, rekreaciju na moru ili kopnenim vodama, avanturistički i kulturni turizam, planinarenje, turizam zasnovan na prirodi i ekoturizam.

Upravljanje turizmom, kao privrednom delatnošću, u vlažnim staništima mora biti predvođeno principom o nepovredivosti ekoloških i društvenih parametara u njihovom održivom razvoju. Slično tome, ako turizam nije komercijalno održiv u odnosu prema ekološkim i društvenim ciljevima nekog vlažnog staništa, onda je to dobar pokazatelj da kao privredna delatnost nije prikladan za to neko područje. U organizaciji turizma u vlažnim staništima neophodno je:

- omogućiti da turizam bude uspešan i održiv tako što se podstiče dijalog između zainteresovanih strana, u koje spadaju turisti, turistička preduzeća i zajednice lokalnog stanovništva (ključni za uspeh su: kreativan marketing, dobro iskustvo, kvalitetan proizvod, preduzeća koja ističu posebnost mesta za turizam uz istovremeno poštovanje globalnih standarda na koje su turisti navikli);
- uspostaviti precizne planove i ciljeve razvoja, gde se misli na planove upravljanja vlažnim staništima, koji predstavljaju polaznu poziciju za upravljanje turizmom i rekreacijom (na primer, u Evropi su poznati planovi revitalizacije staništa delte Dunava u saradnji sa međunarodnim agencijama i kombinovani sa planovima turističkog razvoja; planovi zaštite područja Škocjanskih jama u Sloveniji, koji uvode restrikciju svih aktivnosti u jezgru zaštićenog područja, osim onih koje se odnose na zaštitu od poplava);
- minimalizovati negativni uticaj turizma na vlažna staništa i oko njih, jer razvoj turističke infrastrukture stvara preduslove za uticaj na prirodu vlažnih staništa, a što se postiže odgovarajućim planiranjem, upravljanjem i praćenjem stanja na terenu (mere restrikcije turističkih aktivnosti naročito se primenjuju tamo gde su negativni uticaji postali masovniji; na primer, u Ramsarskom području Sooma u Estoniji istraživanja su pokazala

da bi prisustvo turista na razdaljini većoj 500 metara od gnezda nekih ptica bilo bezopasno, dok su neka područja zatvorena za turiste u vreme gnežđenja);

- obezbediti dobit za zajednice lokalnog stanovništva, pošto dobro upravljanje turizmom u vlažnim staništima i oko njih osigurava sticanje benefita za zajednice lokalnog stanovništva (jedan od ciljeva održivog turizma u vlažnim staništima je stvaranje ekonomske koristi za lokalne zajednice; takve pogodnosti podstiču podršku u zaštiti vlažnih staništa i u nekim slučajevima mogu igrati vitalnu ulogu u zaustavljanju ekonomskog pada);
- pružiti turističke usluge i doživljaje visokog kvaliteta, jer turizam se odnosi na iskustva isto onoliko koliko i na lokacije, pa se ovde ističe kako kombinacija nezaboravnih iskustava na odličnim mestima snažno privlači posetioce i čini turizam uspešnim (u vlažnim staništima blizu glavne destinacije, ova iskustva će biti obezbeđena kombinovanjem obilaska centara za posetioce i obilazaka sa vodičem, a na udaljenim lokacijama, neuobičajen prevoz, smeštaj i obroci će takođe biti deo turističkog iskustva);
- razvijati komunikaciju, obrazovanje i osvešćenost, jer ovo pomaže da se podigne svest o vrednostima vlažnih staništa i akcijama za zaštitu njihove prirode (komunikacioni alati podrazumevaju letke, internet stranice, lokalne televizijske i radio programe koji pružaju informacije o pristupu destinaciji,

sezonskim događajima ili specifičnim aktivnostima; na lokalitetima vlažnih staništa centri za posetioce i edukativne staze imaju opet svoju neizostavnu ulogu u ekološkom obrazovanju) (Ramsar and WTO, 2012a).

Kultura, lokalno stanovništvo i ostale društvene teme su, bez obzira na veći obim isticanja ekološkog značaja vlažnih staništa, isto tako važni za njihovu zaštitu, očuvanje i razvoj turizma. Veze između vlažnih staništa i ljudi su bliske, brojne i raznovrsne od najranijih dana do danas. Procenjuje se da život više od milijardu ljudi na planeti zavisi od vlažnih staništa i to zahvaljujući mogućnostima za razvoj poljoprivrede, ribarstva, turizma, saobraćaja, vodoprivrede i dobijanja ostalih proizvoda koji podržavaju neku od privrednih aktivnosti. Čovek je svojim prisustvom omogućio da se vlažna staništa analiziraju i kao specifični kulturni predeli, što je za turizam važno. Na primer, u 16. veku porodica d'Este je u delti reke Po sagradila velelepni dvorac za lov (Castello di Mesola), koji danas ima ulogu turističke atrakcije i ekološkog centra (Slika 36). Vlažna staništa mogu biti okvir za uspostavljanje i sagledavanje harmonije između ljudi i prirode, a ako se njihovi resursi pažljivo koriste i u skladu sa nosećim kapacitetom, ovi prostori nam mogu pomoći kao mesta na kojima ćemo više i bolje učiti o prirodi. Sve ovo može biti od obostrane koristi za posetioce i lokalne stanovnike na čemu teorija održivog turizma često insistira.



▲ **Slika 36.** Dva tipa turističke ponude vlažnih staništa – A. kulturno nasleđe (dvorac porodice d'Este) i B. prirodno nasleđe (stanište ptica u Ramsarskom području „Komakio“); obe znamenitosti su ovom slučaju deo celine delte reke Po, Italija

Foto: V. Stojanović

Uprkos tome što počeci zaštite prirode na području današnje Srbije sežu u dalju prošlost (npr. Obedska bara je zaštićena samo dve godine nakon proglašavanja Jeloustona za nacionalni park), institucionalna zaštita prirode je ovde otpočela nakon Drugog svetskog rata, kada je 1948. godine osnovan Zavod za zaštitu prirode Srbije. Prirodni rezervat „Ostrozub“ je zaštićen godinu kasnije zbog zaštite reliktna biljne vrste, a zatim je 1949. zaštićen i vodopad Velika i Mala Ripaljka na planini Ozren. Ove prve dve odluke simbolično označavaju jedno od osnovnih načela ekologije – jedinstvo živog i neživog sveta (Stojanović et al., 2022; Janković, 1998; Lazić et al., 2008).

U Srbiji su prema nadležnom Zakonu o zaštiti prirode sva zaštićena prirodna dobra svrstana u tri grupe. To su: (1) zaštićena područja; (2) zaštićene vrste i (3) pokretna zaštićena prirodna dokumenta. Područja koja imaju izraženu geološku, biološku, ekosistemsku i/ili predeonu raznovrsnost mogu se proglasiti za zaštićena područja od opšteg interesa. Propisane su sledeće kategorije zaštićenih područja:

- strogi rezervat prirode je područje neizmenjenih prirodnih odlika sa reprezentativnim prirodnim ekosistemima, namenjeno isključivo za očuvanje izvorne prirode, genskog fonda, ekološke ravnoteže, praćenje prirodnih pojava i procesa, naučna istraživanja, kojima se ne narušavaju prirodna obeležja, vrednosti, pojave i procesi;
- specijalni rezervat prirode je područje sa neizmenjenom ili neznatno izmenjenom prirodom, od naročitog značaja zbog jedinstvenosti, retkosti ili reprezentativnosti, a koje obuhvata stanište ugrožene divlje vrste biljaka, životinja i gljiva, bez naselja ili sa retkim naseljima u kojima čovek živi usklađeno sa prirodom, namenjeno očuvanju postojećih prirodnih odlika, genskog fonda, ekološke ravnoteže, praćenju prirodnih pojava i procesa, naučnim istraživanjima i obrazovanju, kontrolisanim posetama i očuvanju tradicionalnog načina života;
- nacionalni park je područje sa većim brojem raznovrsnih prirodnih ekosistema od nacionalnog značaja, istaknutih predeonih odlika i kulturnog nasleđa u kome čovek živi

usklađeno sa prirodom, namenjeno očuvanju postojećih prirodnih vrednosti i resursa, ukupne predeone, geološke i biološke raznovrsnosti, kao i zadovoljenju naučnih, obrazovnih, duhovnih, estetskih, kulturnih, turističkih, zdravstveno-rekreativnih potreba i ostalih aktivnosti u skladu sa načelima zaštite prirode i održivog razvoja;

- spomenik prirode je manja neizmenjena ili delimično izmenjena prirodna prostorna celina, objekat ili pojava, fizički jasno izražen, prepoznatljiv i/ili jedinstven, reprezentativnih geomorfoloških, geoloških, hidrografskih, botaničkih i/ili drugih obeležja, kao i ljudskim radom formirana botanička vrednost od naučnog, estetskog, kulturnog ili obrazovnog značaja;
- zaštićeno stanište je područje koje obuhvata jedan ili više tipova prirodnih staništa značajnih za očuvanje jedne ili više populacija divljih vrsta i njihovih zajednica;
- predeo izuzetnih odlika je područje prepoznatljivog izgleda sa značajnim prirodnim, biološko-ekološkim, estetskim i kulturno-istorijskim vrednostima, koje se tokom vremena razvijalo kao rezultat interakcije prirode, prirodnih potencijala područja i tradicionalnog načina života lokalnog stanovništva;
- park prirode je područje dobro očuvanih prirodnih vrednosti sa pretežno očuvanim prirodnim ekosistemima i živopisnim pejzažima, namenjeno očuvanju ukupne geološke, biološke i predeone raznovrsnosti, kao i zadovoljenju naučnih, obrazovnih, duhovnih, estetskih, kulturnih, turističkih, zdravstveno-rekreativnih potreba i ostalih delatnosti usklađenih sa tradicionalnim načinom života i načelima održivog razvoja (Službeni glasnik Republike Srbije, br. 36/2009).

U zaštićenom području mogu biti uspostavljena tri režima zaštite: I stepena, II stepena i III stepena, čije granice se utvrđuju aktom o proglašenju zaštićenog područja na osnovu studije zaštite. U režimu zaštite I stepena, delu zaštićenog područja sa izvornom prirodom ili malo izmenjenim ekosistemima izuzetnog na-

učnog i praktičnog značaja, sprovodi se stroga zaštita. Ovde je zabranjeno korišćenje resursa i izgradnja objekata, a ograničene aktivnosti mogu da obuhvataju: praćenje prirodnih procesa, kontrolisanu posetu u obrazovne, rekreativne i kulturne svrhe, kao i sprovođenje mera zaštite prirode. U režimu II stepena zaštite su zabranjene brojne privredne aktivnosti (npr. industrija, eksploatacija resursa, privredni ribolov i sl.), a zatim su ograničene brojne druge aktivnosti i njihov razvoj, uključujući tu i turizam, ugostiteljstvo, kao i izgradnju objekata za odmor. U režimu zaštite III stepena opet su zabranjene neke privredne delatnosti, a ograničen je i razvoj turizma, što znači da neke od aktivnosti jesu dozvoljene, na osnovu akta o proglašenju zaštićenog područja (Službeni glasnik Republike Srbije, br. 36/2009).

Preostale dve kategorije zaštićenih prirodnih dobara su zaštićene vrste i pokretna zaštićena prirodna dokumenta, a one takođe mogu imati značaj u razvoju turizma. Zaštićene vrste su divlje vrste koje su ugrožene ili mogu postati ugrožene i koje imaju poseban značaj sa genetičkog, ekološkog, ekosistemskog, naučnog, zdravstvenog, ekonomskog i drugog aspekta. Štite se kao strogo zaštićene divlje vrste ili zaštićene divlje vrste. Pokretna zaštićena prirodna dokumenta su delovi geološkog i paleontološkog nasleđa, kao i biološka dokumenta, koja imaju izuzetan naučni, obrazovni i kulturni značaj. To mogu biti, na primer, primerci fosila, minerala, mikološke, botaničke, zoološke zbirke i pojedinačni konzervirani preparati organskih vrsta.

## ORGANIZACIJA TURIZMA U ZAŠTIĆENIM PODRUČJIMA

Razvijanje turizma u specifičnim prostorima kao što su zaštićena područja zahteva standardne, kao i dodatne mere upravljanja u zaštiti prirode i samom turizmu, što proističe iz kompleksne suštine ovakvih celina. Zaštićena područja bi trebalo da su više osetljiva na negativne uticaje turističkog razvoja, zbog čega neophodnost primene tehnike upravljanja posetiocima ovde posebno dolazi do izražaja. Slično tome, interpretacija prirodnih i kulturnih vrednosti mora insistirati na očuvanju svih vrednosti.

### Pozitivni i negativni uticaji turizma na zaštićena područja

Otvaranje zaštićenih područja za javnost počelo je paralelno sa osnivanjem prvih nacionalnih parkova. Upraznjavanje slobodnog vremena, rekreacija i turizam su od samih početaka savremene zaštite prirode bili glavni argument za izuzeće prostora zaštićenih područja iz nekih drugih vidova ekonomskog razvoja. Priroda je, kako se tvrdilo, omogućavala bekstvo i psihičku relaksaciju. Ovakva stanovišta su pokrenula razmatranja „mudrog korišćenja“ prirodnih potencijala zaštićenih područja, a zatim i održivog korišćenja, onda kada

se pojavila koncepcija održivog razvoja. Debatu s ciljem odabira između konzervacije ili korišćenja prirodnih potencijala je aktuelna do danas, a turizam i rekreacija su njeni ključni akteri (Williams and Lew, 2015). Delom su iz ovako suprotstavljenih stavova – konzervacija ili turističko korišćenje, proistekle i analize uticaja turizma na zaštićena područja. Slično kao i kod drugih turističkih destinacija, karakter uticaja turizma na zaštićena područja može biti pozitivan i negativan. Pošto je osnovni cilj zaštićenih područja da obezbedi očuvanje staništa i ekosistema, onda je razumevanje negativnog uticaja turizma od presudnog značaja za taj isti cilj. Upravljači zaštićenih područja moraju prepoznati takve uticaje s ciljem njihovog izbegavanja, ublažavanja i smanjenja (Stojanović, 2016).

Različite vrste turističkih aktivnosti mogu izazvati različite uticaje na geografske i biološke karakteristike zaštićenih područja. Izgradnja turističke infrastrukture, u koju spadaju i smeštajni objekti (npr. kampovi), turističko-edukativne staze, saobraćajnice, podržava sa jedne strane razvoj turizma, ali sa druge strane ugrožava zaštićeno područje. Navedeni faktori imaju za posledicu devastaciju mineralnih resursa, energetske potrošnje,

uništavanje staništa, izumiranje biljnog i životinjskog sveta. Takođe, tip staništa i stepen njegove osetljivosti na poremećaj, isto imaju upliv u ukupnom obimu nekog uticaja od strane turizma. Na primer, prekomerne pešačke ture u jednom stenovitom području imaju manji negativni uticaj na vegetaciju, nego što je to slučaj u močvarnim područjima. Najzad, analize ove vrste uticaja moraju uzeti u obzir i širi kontekst životne sredine, na primer, onaj u svetlu klimatskih promena (Leung et al., 2015).

Jedna od najvećih opasnosti za zaštićena područja je prekobrojni nivo poseta, koji može direktno i negativno uticati na prirodne vrednosti. Sa statusom zaštićenog područja, naročito kada je reč o nacionalnim parkovima, prirodne vrednosti skoro odmah postaju atraktivna mesta za turističke posete. U zemljama u razvoju zaštićena područja su važne destinacije u privlačenju inostranih turista, mada je vidno primetan i porast domaćeg turizma, sa porastom životnog standarda. Iako su zaštićena područja, a posebno nacionalni parkovi, veoma važni za očuvanje prirode, njihovo osnivanje može dovesti i do negativnih ili neželjenih uticaja (Tabela 10). Ključ za pronalaženje uspeha, a posebno u prevazilaženju negativnih uticaja, vidi se u usvajanju planova upravljanja zaštićenim područjem, koji balansiraju između korišćenja prirodnih potencijala, potreba lokalnog stanovništva i očekivanja turista (Holden, 2008).

Važno pitanje u razmatranjima uticaja se odnosi i na nivo ekonomske koristi ili prihoda koje turizam može doneti nekom zaštićenom području, uključujući tu i zajednice lokalnog

stanovništva u njegovoj okolini. U promociji turizma zasnovanog na prirodi vidi se šansa za povezivanjem ekonomskih podsticaja i zaštite prirode. Uz povećani obim turističkog razvoja zaštićenih područja, koja se često nalaze u perifernim i ruralnim područjima, stanovništvo u okruženju može pronaći posao posredstvom malih turističkih preduzeća. Veći obim turizma zasnovanog na prirodi može imati i značajan multiplikativni efekat u ostatku neke zemlje. Zato turizam u zaštićenim područjima demonstrira vrednost prirodnih potencijala i to turistima, lokalnom stanovništvu, upravljačima zaštićenih područja, državnim službenicima i turoperatorima. Međutim, ukoliko upravljanje turizmom nije dobro postavljeno, pojaviće se problem uticaja turista na predele i pojedinačne vrste, kao i odsustvo ekonomskih prihoda u lokalnim ekonomijama (Hall and Page, 2014).

Ekonomski prihodi od turizma u zaštićenim područjima ističu u prvi plan nekoliko važnih tema: (1) kako turizam generiše ekonomsku dobit (turisti troše novac u zaštićenim područjima ili u aktivnostima koje su u vezi sa njima – ulaznice, smeštaj, vodička služba, hrana i piće; posrednici takođe mogu da imaju korist – turoperatorima, turističke agencije ili e-booking, trgovci i slično), (2) način na koji upravljač zaštićenog područja koristi dohodak od turizma (upravljači zaštićenih područja mogu koristiti prihode od turizma za finansiranje upravljanja aktivnostima zaštite); (3) uticaj privatnog sektora (ovaj sektor može da obezbedi kapitalne investicije neophodne za normalno odvijanje turizma, pod uslovom

**Tabela 10.** Kratak pregled pozitivnih i negativnih uticaja turizma u nacionalnim parkovima

Pozitivno	Negativno
Zaštita predela, živog sveta i ekoloških zajednica.	Loše upravljanje rekreacijom i turizmom može biti pretnja za predele i živi svet, zbog kojih su zaštićena područja i proglašena.
Obezbeđenje mesta za stanovništvo na kome će imati pristup prirodi i na kome će doživeti prirodu. Turisti sa druge strane donose prihod potreban naučnim istraživanjima i projektima u zaštiti prirode.	Dodela statusa zaštićenog područja skreće pažnju na to konkretno područje. To može voditi ka privlačenju velikog broja turista i prekomernom obimu poseta.
Šansa zaposlenja za lokalno stanovništvo koje radi u zaštiti prirode, a ne u delatnostima ili aktivnostima koje narušavaju prirodu (intenzivna poljoprivreda, lovokrađa).	Lokalno stanovništvo može biti izuzeto sa svoje zemlje u cilju zaštite predela i živog sveta.

Izvor: Holden, 2008.

da upravljač zaštićenog područja dozvoljava komercijalni turizam); (4) lokalni benefit i stav prema zaštićenim područjima (turizam ponekada može biti jedina prilika u kojoj će zajednica profitirati od zaštite prirode).

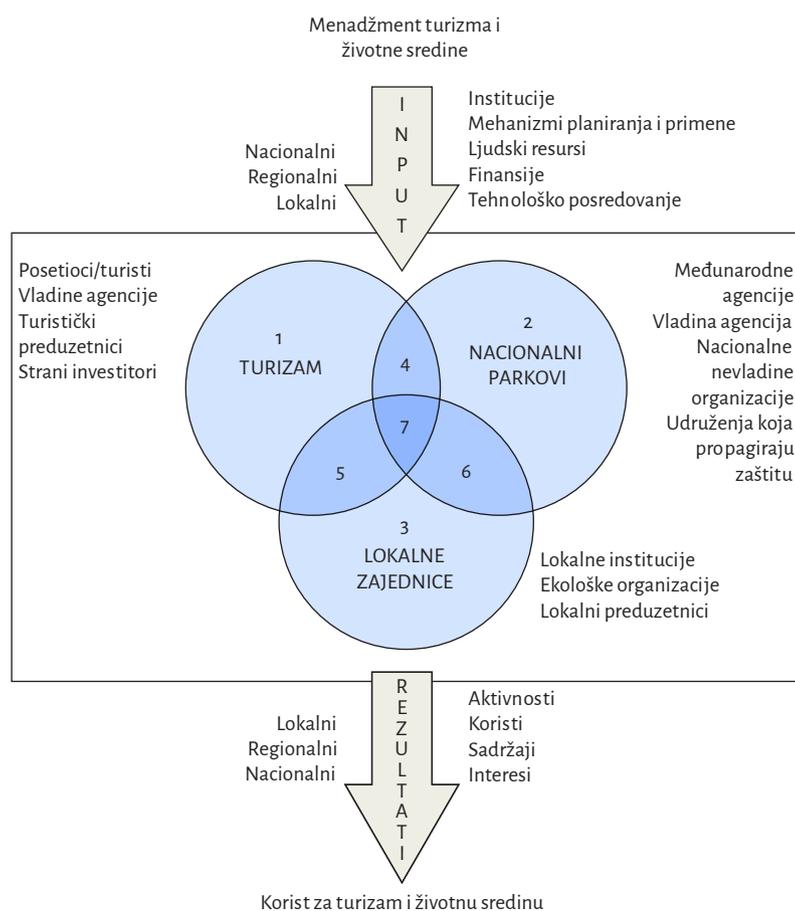
Turizam u zaštićenim područjima može biti ključni pokretač razvoja zajednica lokalnog stanovništva. Sa odgovarajućim planovima i njihovom uspešnom realizacijom, turizam može unaprediti društveno-ekonomski položaj neke zajednice (povećanje životnog standarda, unapređenje infrastrukture, edukacija i slično). Benefit za lokalnu zajednicu, od razvoja turizma u zaštićenim područjima, moguće je svrstati u dve grupe: (1) opipljivu i (2) neopipljivu. U prvu grupu spadaju: izgradnja infrastrukture, direktna korist od zaposlenja, indirektno zaposlenje kroz dobavljanje roba i usluga; obezbeđivanje bezbednijeg života putem alternativnih i dodatnih primanja. U drugu grupu spadaju: stvaranje uslova za nove veštine, edukacija, osnaživanje zajednice kroz partnerski odnos, promocija povezanosti zajednice, promocija lokalne kulture, smanjenje ekonomskih migracija ka gradovima

i odvracanje zajednice od ekološki štetnijih delatnosti – rudarstva ili intenzivne poljoprivrede (Leung et al., 2015).

Veza između turizma, zaštićenog područja i lokalnih zajednica označava se još i kao simbiotska (Nepal, 2000). Kao takva, ona bi trebalo da garantuje zadovoljstvo i dobit za sve tri strane. U takvoj vezi postoji najmanje sedam različitih činilaca ili ishoda, koji proističu iz uzajamnih uticaja (Slika 37), dok sve značajnim delom zavisi od ulaznih resursa ili inputa u koje spadaju: mreža institucija, mehanizmi planiranja, ljudski i finansijski resursi i tehnološko posredovanje. Među ovim inputima najvažnija je institucionalna mreža, jer određuje stanje unutar svakog od tri velika aktera. Turizam je jedan od njih (1), dok su njegove najvažnije komponente: posetoci, turističke usluge, investitori, institucije i politika. Oni svi zajedno oblikuju turističku delatnost u bilo kojoj destinaciji. Drugi veliki akter je zaštićeno područje i njegovi raznovrsni resursi (2), a oni su u direktnoj vezi sa turističkom potrebom. Drugim rečima, razvoj turizma zavisi od onoga što zaštićeno područje može da ponudi turistima i turoperatorima. Treći akter obuhvata lokalne zajednice i organizacije, koje igraju ključnu ulogu u turističkom razvoju i zaštiti prirode (3). Njihovo znanje, spretnost, prioriteta, stavovi, umnogome utiču na opštu strategiju razvoja turizma i zaštitu dotične destinacije. Uzajamni uticaji tri velika aktera se ostvaruju još i kroz četiri različite situacije, a svaka od njih po svom karakteru može biti pozitivna, negativna ili neutralna: (4) veza između turizma i zaštićenog područja rezultira u promenama ekosistemima, koji su posledica čovekovih aktivnosti; (5) veza između turizma i lokalnih zajednica utiče na lokalne prihode i zaradu; (6) veza između zaštićenog područja i lokalnih zajednica bi trebalo da vodi ka partnerskom odnosu u zaštiti prirode i utiče na politiku donošenja odluka, dok aktivnosti rezultiraju promenama u predelu (što može biti dodatna prednost ili izazov za menadžment zaštićenog područja); (7) veza između turizma, zaštićenog područja i lokalnih zajednica vodi ka raznovrsnim oblicima razvoja, interesnih sfera i povlastica.

Na osnovu svih odnosa koji se dešavaju onako kako je i opisano moguća su tri različita scenarija:

▼ **Slika 37.** Veza između turizma, zaštićenog područja i lokalnih zajednica  
Izvor: Nepal, 2000.



- Dobitak – dobitak – dobitak, u kome svi učesnici imaju zajedničku korist. Po ovom scenariju turizam uvećava mogućnosti prilikom korišćenja zaštićenog područja. Odlične mogućnosti za turizam otvaraju i nove dodatne šanse. Lokalne zajednice ostvaruju dobit od zaštićenog područja i ohrabrene su da podrže zaštitu prirode. Turizam unapređuje lokalne zajednice i zato je prisutan blagonaklon stav prema turizmu i turistima.
- Dobitak – dobitak – gubitak, samo jedan ili dva učesnika imaju dobit i to na štetu trećeg. Po ovom scenariju moguća je realizacija nekoliko različitih situacija: turizam ostvaruje dohodak, ali degradira vrednosti zaštićenog područja; upravljač u zaštićenom području podržava razvoj turizma, ali bez mogućnosti da tako bude i u budućnosti; turizam može pozitivno odgovoriti na napore u zaštiti zaštićenog područja, ali uticaj na lokalne zajednice može biti negativan; posetioci uživaju u resursima zaštićenog područja, ali ne pomažu lokalno stanovništvo; turizam ostvaruje dobit, ali na štetu zaštićenog područja ili lokalnog stanovništva; lokalne zajednice nemaju korist od turizma; turizam ne pomaže proces zaštite prirode.
- Gubitak – gubitak – gubitak, kada sva tri velika učesnika beleže negativne posledice. Po ovom scenariju stanje životne sredine u zaštićenom području se degradira. Turisti nisu zadovoljni, a lokalno stanovništvo nema korist od turizma i zaštite prirode. Zaštićeno područje, kao i turizam nisu sposobni da odgovore na potrebe lokalnih zajednica. Stanovništvo postaje neprijateljski nastrojeno prema turistima i utiče na degradiranje prirodnih vrednosti u zaštićenom području (Nepal, 2000).

Pozitivni i negativni uticaji turizma na zaštićena područja u narednim decenijama će, verovatno, više nego ranije biti proučavani u svetlu aktuelnog globalnog otopljanja. Istraživanja su pokazala veoma složenu suštinu uticaja klimatskih promena na prirodu, ekosisteme i staništa, ali se ispostavilo i to da su potrebna nova razumevanja tog uticaja (Houghton, 2015). Zaštićena područja

pružaju šansu da se adaptacija i prilagođavanje, kao ključni pojmovi u borbi protiv klimatskih promena (Ochoa et al., 2005; Dow and Downing, 2007), povezuju sa turizmom, lokalnim stanovništvom i lokalnom privredom. Posebno turizam ima u tome važnu ulogu sa diverzifikacijom turističke ponude, razvojem integrisanih planova u kojima će se insistirati na povezivanju sa drugim sektorima privrede i društva (Metz, 2010). Najzad, edukacija o klimatskim promenama u turističkoj interpretaciji je važna, a ona se može manifestovati u vizitorskim centrima, na ekološko-edukativnim stazama i u sredstvima turističke propagande. Na primer, Nacionalni park „Brioni“ u Hrvatskoj informiše posetioce o uticaju klimatskih promena, na osnovu rezultata projekta koji je posvećen njihovom proučavanju (MPA-ADAPT). U njihovoj tematskoj brošuri se ističe da su, kao rezultat klimatskih promena, na ostrvima Nacionalnog parka evidentirane i sledeće promene: povećan rizik od požara, češća i duža sušna razdoblja, višestruka razdoblja cvetanja biljaka, pojava ekstremnih vremenskih uslova, podizanje nivoa mora i zaslaljivanje slatkovodnih staništa. Da bi odgovorio na izazove upravljač nacionalnog parka sprovodi edukaciju, prilagođeno upravljanje zaštićenim područjem i praćenje vrsta i staništa.

### **Interpretacija prirodnih i kulturnih vrednosti u zaštićenim područjima**

Interpretacija u turizmu je tehnika blisko povezana sa informisanjem, edukacijom i učenjem (Hughes and Ballantyne, 2013; Fennell, 2015), što sve zajedno mora biti zabavno i interesantno, jer turisti u svojim slobodnim izborima mogu i da se udalje od interpretacije (Weaver, 2006). Interpretacija podrazumeva tumačenje prirodnih ili kulturnih fenomena na takav način da posetilac otpočinje s više razumevanja da posmatra neku turističku vrednost, ali i da postaje stimulisan u nameri da sazna više. Pružanje određenih činjenica o vrednosti nekog fragmenta nasleđa posetioce dovodi u kontakt i sa drugim za njih relevantnim činjenicama, što bi trebalo da ih inspiriše u traganju za novim saznanjima. Glavni zadatak ovako opisanog procesa je razvijanje senzibiliteta za nasleđe, jer interpretacija omogu-

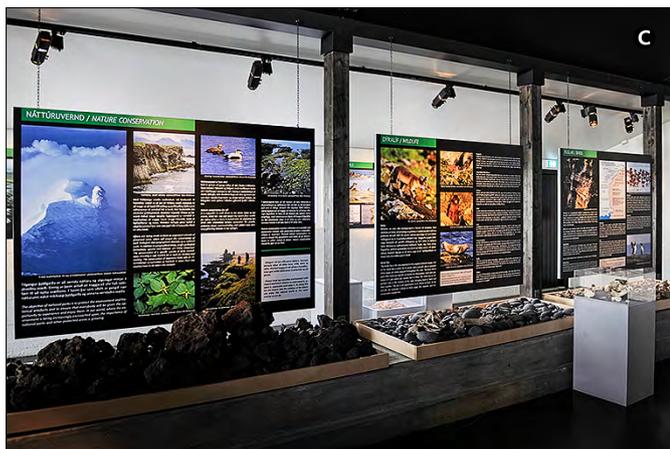
čuje razumevanje, kroz razumevanje dolazi do poštovanja, a s poštovanjem se stvaraju i preduslovi za bolju zaštitu nasleđa (Eagles and McCool, 2002). Interpretacija se sprovodi uz pomoć jednostavnih brošura i ekološko-edukativnih staza, kraćih filmova i slajd prezentacija, šetnji i obilazaka s vodičem, postavki u galerijama i muzejima, kao i najzad u centrima za posetioce (vizitorski centri) (Eagles and McCool, 2002; Newsome et al., 2005). Širok spektar mogućnosti kod interpretacije omogućuje isto tako široko angažovanje privatnog sektora u pružanju turističkih usluga, a posebno kada je reč o vodičkim turama ili firmama koje se bave dizajnom i izradom interpretativnih tabli i znakova.

Ne umanjujući značaj ostalih sredstava interpretacije, za vizitorske centre se može reći da predstavljaju jedan od najvažnijih objekata u interpretaciji prirodnog nasleđa o čemu svedoči i njihovo prisustvo u raznim delovima sveta (Newsome et al., 2005; Eagles and McCool, 2002). Vizitorski centri su polifunkcionalni objekti sa prvenstvenim zadatkom pružanja informacija i interpretacije prirodnog i kulturnog nasleđa (Slika 38). Vizitorski centri su uglavnom opremljeni prijemnim pultom, salom za predavanja i projekcije, interaktivnim i statičnim interpretativnim monitorima, prodavnicom suvenira i kancelarijama za osoblje iz reda upravljača zaštićenog područja. Njihova uloga je da pruže „širu sliku“, uključujući tu procese, istoriju prirode i druge karakteristike koje se ne mogu lako uočiti u spoljašnjem prostoru (Higham and Carr, 2003; Wearing and Neil, 2009). Najzad, vizitorski centri su i važan deo karike upravljanja posetiocima u zaštićenim područjima, pa i zbog toga moraju imati jasne ciljeve i razvojne politike (Font and Brassier, 2002). U tome posebnu ulogu mora imati i njihova naglašena briga za očuvanje živog sveta.

Doajen teorije i prakse interpretacije prirodnog i kulturnog nasleđa je Friman Tilden (Freeman Tilden), naročito poznat po svojoj saradnji sa Službom nacionalnih parkova SAD, gde je ostavio izuzetan trag u praksi interpretacije koja je u vezi sa zaštićenim područjima. Tildenove poruke su ostale aktuelne i nekoliko decenija nakon vremena u kome je radio i stvarao, a što ističe i njegova definicija interpretacije proistekla iz šest ključnih principa:

- Svaka interpretacija koja, na neki način, ne povezuje ono što se prikazuje ili opisuje sa nečim unutar ličnosti ili iskustva posetioca, ostaće neuverljiva.
- Informacija, sama po sebi, nije interpretacija. Interpretacija je otkrivanje zasnovano na informacijama, ali se ipak radi o potpuno različitim stvarima; kako god, svako tumačenje uključuje informacije.
- Interpretacija je umetnost koja kombinuje mnoge druge umetnosti, bilo da su predstavljeni materijali naučni, istorijski ili arhitektonski. Svaka umetnost je u određenoj meri poučna.
- Glavni cilj interpretacije nije pouka, već provokacija.
- Interpretacija treba da ima za cilj da predstavi celinu, a ne deo i mora da se obraća celoj ličnosti, a ne nekom njenom delu.
- Interpretacija upućena deci (recimo do dvanaest godina) ne bi trebalo da bude razvodnjavanje prezentacije za odrasle, već treba da sledi suštinski drugačiji pristup. Da bi bila najbolja moguća, biće potreban poseban program u njenom razvoju (Tilden, 1957).

Interpretacija u zaštićenim područjima ima dugu istoriju. Ona traje još od vremena osnivanja prvih nacionalnih parkova u SAD, pa čak i od ranije, pošto je istraživač Džon Mur pozivao na edukaciju posetilaca, s ciljem upotrebavanja osećaja divljenja izazvanih pod uticajem prirodnih znamenitosti. Hronologija zapažanja ističe da se edukacija u prvom trenutku bazirala na prirodnim spomenicima, a da je tek kasnije insistirano da ona bude obogaćena i interpretacijama o prisustvu čoveka (arheološki i istorijski spomenici), kako bi se izbegla „dehumanizacija“ nacionalnih parkova. Onako kako su u drugoj polovini 20. veka počeli da nastupaju ekološki pokreti, tako je i interpretacija počela da dobija sadržaje o neophodnosti zaštite životne sredine. Iz svega opisanog proističe da će interpretacija biti beskorisna ukoliko nema neku svrhu. Kada neko smišljeno značenje postane osnova interpretativne poruke, onda se podstiče razumevanje kod zainteresovanih posetilaca. Da bi se najbolje opisala uloga interpretacije u zaštićenim područjima moguće je poslužiti se i rečima jednog admini-



▲ **Slika 38.** Vizitorski centri i interpretacija prirodnih i kulturnih vrednosti u zaštićenim područjima Evrope – A. Prirodni rezervat „Škocjanski zatok“ (Slovenija); B. Nacionalni park „Saksonska Švajcarska“ (Nemačka); C. Nacionalni park „Snæfellsjökull“ (Island); D. Nacionalni park „Triglav“ (Slovenija); E. Nacionalni park „Nežidersko jezero“ (Austrija); F. Nacionalni park „Donau–Auen“ (Austrija)  
Foto: V. Stojanović

stratora u sistemu zaštite prirode SAD, kako je edukacijom (informacijama) neophodno popuniti „žalosnu prazninu“ u boravku na području nacionalnih parkova (Wearing and Schweinsberg, 2019).

Koncepcija održivog turizma, posvećena u svojoj suštini očuvanju životne sredine i zaštiti

prirode, uvek podržava vid turističke interpretacije koji će biti naklonjen ekološkoj edukaciji i saznanjima o neophodnosti unapređenja životne sredine. Uzimajući u obzir da je važna suština ličnosti kojoj je namenjena interpretativna poruka, i pod pretpostavkom da su u zaštićenim područjima ekoturisti značajno

zastupljen tržišni segment, koncepcija biofilije može biti važan oslonac u turističkoj interpretaciji zaštićenih područja. Biofilija se odnosi na urođenu sklonost da „budemo privučeni drugim oblicima života i da se povezujemo sa prirodnim ekosistemima“ (Fennel, 2012). Edukacija i interpretacija mogu značajno da pomognu u zaštiti živog sveta, a posebno u saznanju da negativni uticaji proističu pre iz neznanja, nego iz namernog destruktivnog ponašanja. Interpretacija povećava i verovatnoću da će turisti preuzeti mnogo aktivniju ulogu u minimalizaciji njihovog uticaja i krenuti ka zaštiti npr. divljih životinja, čak i nakon što se njihova poseta zaštićenom području završi. Zbog modifikacije ponašanja posetilaca veoma je važno da i mladi ljudi budu obuhvaćeni interpretacijom, a posebno deca, pošto se tako obrazuje dugoročni željeni stav prema živom svetu (Newsome et al., 2005). Dakle, važan deo turističke interpretacije je usmeren na promociju zaštite prirode, jer dan proveden u zaštićenom području može biti, iz ugla ekološke svesti i zaštite prirode, nešto više od običnog izleta. Efekti interpretativnih poruka i njihovo značenje mogu imati odjek u daleko dužem vremenskom periodu (Ham and Weiler, 2002).

Posmatrano i sveobuhvatnije, a ne samo u odnosu prema živom svetu, zadatak interpretacije u održivom turizmu je da svojim porukama ukaže na ekološki i društveno savestiji način života. Preovlađujuće poruke, koje su relevantne za održivi turizam, moraju uključiti: (1) tumačenja direktnih ili indirektnih ekoloških i društvenih uticaja savremenog načina života, (2) opis veza između životnog stila koji devastira i eksploatacije resursa, (3) promociju održivog tradicionalnog ili autohtonog načina života i (4) isticanje uloge koju pojedinci moraju da preuzmu u svom doprinosu za očuvanje životne sredine i kulturnu rehabilitaciju (Weaver, 2008).

Najzad, pripadnici zajednice lokalnog stanovništva mogu biti važni interpretatori lokalnog nasleđa, gde uz usvajanje određenih znanja mogu postati nezaobilazni deo turističke interpretacije (Goeldner and Ritchie, 2012). Značaj lokalnog stanovništva, ili bolje rečeno manjkavost usled isključenosti lokalnog stanovništva iz interpretacije, najbolje ilustruje tzv. aboridžinski efekat. Koncepcija interpre-

tacije u Australiji, dobrim delom usvojena iz evropskih iskustava, isključuje ili marginalizuje znanje Aboridžina u interpretativnim šemama. Da je drugačije, funkcija interpretacije bi značajno bila unapređena, jer autohtoni stanovnici Australije imaju sasvim drugačiji pogled na prirodu od evropskih doseljenika. Na primer, Aboridžini bi bili izuzetno korisni u interpretacijama životinjskog sveta, jer mogu da opišu domorodačko kulturno znanje o divljim životinjama u skladu sa moralističkim (duhovnim), utilitarističkim (hrana), estetskim (temi i drugi nivoi simboličkog značaja) i drugim aspektima odnosa između životinja i ljudi (Fennel, 2015). Primer iz Australije simbolično opisuje ulogu lokalnog stanovništva u turističkoj interpretaciji, pošto njihova znanja, umeća i verovanja mogu dodatno biti zanimljivi turistima.

### **Upravljanje posetiocima u zaštićenim područjima**

Upravljanje posetiocima predstavlja osnovni element u menadžmentu onih destinacija koje teže statusu održivih, a posebno na atraktivnim lokalitetima, gde se mora obezbediti zaštita i očuvanje prirodnog i kulturnog nasleđa (Weaver and Lawton, 2014). Upravljanje posetiocima posebno dolazi do izražaja u zaštićenim područjima (Prilog 14), s obzirom na njihovu specifičnost, a u poređenju sa drugim turističkim destinacijama (raznovrsnost biodiverzitet, staništa i ekosistema).

Upravljanje posetiocima u zaštićenim područjima je deo šireg adaptivnog menadžmenta, koji insistira na sveobuhvatnom, trostrukom pristupu. U zaštićenim područjima upravljanje posetiocima počiva na: (1) ciljevima upravljanja zaštićenim područjem i sa njim povezanim indikatorima i standardima kvaliteta, formulisanim za zaštićeno područje u celini ili za lokalitet u njemu; (2) indikatorima kvaliteta na osnovu kojih se vidi da li se standardi održavaju; (3) preduzimanju akcija menadžmenta, ako se standardi kvaliteta ne održavaju ili ako postoji opasnost da se ne održe (Leung et al., 2018). Ovakav način upravljanja posetiocima se primenjuje u SAD, Kanadi i Australiji, a poželjan bi bio i u drugim krajevima sveta, jer zahteva periodično praćenje indika-

Specijalni rezervat prirode „Gornje Podunavlje“ je zaštićen 2001. godine Uredbom Vlade Republike Srbije. Prostire se duž leve obale Dunava i na širem prostoru Grada Sombora i opštine Apatin. Predeli unutar granica Specijalnog rezervata prirode predstavljaju važno plavno područje, u niskim aluvijalnim terenima, sa visokom koncentracijom retkog i zaštićenog biljnog i životinjskog sveta.

Specijalni rezervat prirode je 2007. proglašen za Ramsarsko područje, a zatim je, sa širom okolinom, dva puta upisan na UNESCO listu rezervata biosfere i to 2017. kao Rezervat biosfere „Bačko Podunavlje“ i 2021. kao prekogranični Rezervat biosfere „Mura-Drava-Dunav“. Inicijative za povezivanjem sa najboljim praksama i unutar međunarodne saradnje dovele su do statusa Evropske povelje za održivi turizam EUROPARC federacije, koju je „Gornje Podunavlje“ ponelo 2014. i 2021. godine. Prihvatanje koncepcije održivog turizma u zaštićenim područjima, na kojima EUROPARC federacija insistira, rezultiralo je i izradom prvog plana upravljanja posetiocima za ovo zaštićeno područje.

Plan upravljanja posetiocima u Specijalnom rezervatu prirode „Gornje Podunavlje“ se bazira na uobičajenim tehnikama razvoja održivog turizma u zaštićenim područjima: zoniranju turističkih sadržaja i aktivnosti, monitoringu uticaja turizma, razumevanju karakteristika posetilaca, primeni etičkih kodeksa, marketing planu i kontro-

li aktivnosti u kojoj noseći kapacitet ima svoje posebno mesto. Analiza uticaja turizma posebno se odnosi na biljni i životinjski svet, o čemu svedoče i zapažanja iz dela plana o proceni i projekciji takvog uticaja, a na osnovu stručnih mišljenja odabranih konzervatora:

*Potrebno je zabraniti pristup retkim vrstama biljaka, usled činjenice da posetioci mogu da raznose semena invazivnih vrsta po Specijalnom rezervatu prirode „Gornje Podunavlje“, što može biti destruktivno za pojedine biljne vrste. Isto tako, uticaj na osetljive biljne vrste i zajednice, pre svega, moguć je u najužoj zoni kretanja posetilaca, odnosno, oko samih staza i u blizini vidikovaca i odmorišta, gde se oni duže zadržavaju. Iz tog razloga, potrebno je jasno označiti širinu staze, uz istovremeno isticanje informacija o tome da kretanje izvan obeleženih staza nije dozvoljeno. Najzad, potrebno je držati do saznanja da, na lokalitetima u okolini staza, kao osetljive mogu biti one biljke koje se ističu svojom vizuelnom prepoznatljivošću i to u periodu cvetanja. Zato je bitno da biljke ne budu brane kako one zaštićene, tako i one koje nisu pod nekim vidom zaštite. Na primer, u tu grupu spadaju rebratica, na kanalu Sirota, koja cveta u maju, zatim, zmijski ljutić, koji cveta u drugoj polovini juna, na istom mestu. Na Štrpcu je važno obratiti pažnju na perunike i orhideje koje cvetaju u maju, premda se one nalaze dalje od edukativno-ekološke staze „Štrbac“. Na Bestrementu šumske orhideje cvetaju krajem juna, početkom jula.*

*Potrebno je imati u vidu i da različite vrste životinja, a u okviru njih i neke osetljive*

*vrste, imaju poseban stepen osetljivosti, ne samo u prostoru, već i u vremenu, odnosno, u fazi životnog ciklusa. Naime, u poređenju sa drugim periodima u toku godine, životinjske vrste su osetljivije na prisustvo posetilaca u periodu reprodukcije. Pored toga, životinje su osetljive na uznemiravanje i dodatno trošenje energije tokom zimskog perioda. Među najosetljivijima su ptice. Premda na samim markiranim stazama nema opasnosti od uznemiravanja pod uticajem posetilaca, neophodno je imati u vidu eventualne i potencijalne uticaje. Moguće je da, kroz razvoj turizma, naročito u periodu gnežđenja, dođe do uznemiravanja crne rode i orla belorepana. Crna roda ili orao belorepan mogu da napuste svoja gnezda, ukoliko su ona bliže stazi. Isto tako, ptice grabljivice neće sletati na hranilište ukoliko se iznošenje hrane izvodi u prisustvu velikog broja turista. Zato je važno praktikovati kretanje kontrolisanog broja posetilaca, u manjim grupama. Važno je da i između poseta postoje periodi „tišine“, odnosno, periodi kada nema posetilaca na osetljivim delovima staze (potrebno je definisati satnice; isto tako je važno da prve posete ne budu pre 9 sati, a poslednje nakon 18 sati). Konačno, krupne ptice izbegavaju obitavanje duž staza, koje su podesnije za nastanjanje od strane manjih vrsta, a u koje spadaju grmuša, svračak ili vetruška (Stojanović i Mijatov, 2019).*

Plan upravljanja posetiocima u Specijalnom rezervatu prirode „Gornje Podunavlje“ je prvi napisani i primenjeni plan u zaštiti jednog zaštićenog područja na teritoriji Vojvodine.

tora kvaliteta, sprovođenje aktivnosti za održavanje standarda kvaliteta i prilagođavanje novonastalim situacijama na osnovu podataka o praćenju.

Principi upravljanja posetiocima u zaštićenim područjima se zasnivaju na sledećim stavovima:

- **Za efikasnu politiku upravljanja je ključno razumevanje karakteristika posetilaca u zaštićenim područjima, njihova motivacija i očekivanja.**

Iz tri razloga su ove informacije važne. Kao prvo, zbog razvijanja turističke ponude i mogućnosti njenog unapređenja. Bez

podataka o tome kakvo iskustvo posetioci traže, menadžeri ne mogu da upravljaju okruženjem i na način kako bi im udovoljili. Drugo, takvi podaci su potrebni u svrhu informisanja turista o zaštićenim područjima, ciljevima upravljanja i misiji zaštite prirode. Treće, ovakve informacije pomažu menadžerima u razumevanju društvene ili političke prihvatljivosti predloženih aktivnosti upravljanja. Osećaj slobode s kojim posetioci borave u prirodi, pa i u zaštićenim područjima, nalazi se unutar pojedinca i zato je važno da stepen nametljivosti mehanizama upravljanja bude adekvatan.

- **Razvoj koji je podstaknut prisustvom posetilaca generalno predstavlja i najbolju priliku za ispoljavanje poštovanja prema zaštićenom području.**

Infrastruktura namenjena posetiocima zaštićenih područja (putevi, staze, interpretativni centri i znakovi, kampovi, parkirališta) ima tri vida namene. Prvo, takvi objekti olakšavaju rekreativno korišćenje, tako što čuvaju vrednosti zaštićenog područja i ograničavaju negativne uticaje (na primer, drvene staze preko livade ograničavaju zbijanje zemljišta, eroziju i gubitak vegetacije). Drugo, objekti unapređuju rekreativna iskustva, uvažavanje i mogućnost učenja. Na primer, ekološko-edukativna staza na kojoj se interpretiraju prirodne vrednosti, može se analizirati i kao sredstvo neophodno za unapređenje ekološke edukacije i poštovanja zaštite prirode. Treće, objekti u zaštićenom području mogu biti dizajnirani tako da podstiču bezbednost posetilaca. Dobro dizajnirani objekti, poput ograda ili barijera, drže posetioce podalje od opasnosti kao što su litice, brza voda, topli izvori i divlje životinje.

- **Sve dok je turizam tržišno predvođena privredna grana, dotele je upravljanje u zaštićenim područjima određeno zakonskim okvirima.**

Osnivanje zaštićenih područja se generalno odvija kroz zakonodavni proces ili administrativnu uredbu vlade. Zadatak zaštićenih područja je zaštita prirodnih vrednosti od javnog interesa. Turizam se ovde odvija u okviru administrativne dozvole proistekle iz nadležnosti zaštite prirode. Takav razvoj turizma, da bi bio uspešan u okviru poslovnog modela i profitabilan, mora da odgovara na zahteve tržišta, ali takvi odgovori (npr. promocija, kvalitet usluge) mogu biti ograničeni usled pravnih i političkih direktiva uspostavljenih za dotično zaštićeno područje.

- **Negativni uticaji turističkih poseta prate predvidive obrasce koji se mogu koristiti za strukturiranje sistema upravljanja i aktivnosti.**

Obim nivoa korišćenja i uticaja na prirodne vrednosti je donekle složen, ali se može šematski i generalno prikazati, mada se spe-

cifičnosti pojavljuju od jedne do druge lokacije. Primetno je da se negativni uticaji na prirodu i kulturu javljaju već pri niskim nivoima turističkog korišćenja, brzo rastu, a zatim se, od nekog trenutka, samo postepeno povećavaju. U analizama i obrascima predviđanja uticaja, ponašanje posetilaca, vreme i sezona korišćenja, vrsta zemljišta, biljni ili životinjski svet na koji se utiče, takođe su važni za određivanje nivoa uticaja. Kada se odluke o prihvatljivosti negativnih uticaja donesu, onda se i aktivnosti upravljanja posetiocima, prihvatljiva veličina grupe, korišćenje zaštitnih zona i vrste turističkog korišćenja, mogu usvojiti, primeniti i sprovesti (Eagles and McCool, 2002).

Zbog karaktera i značaja u razvoju ekoturizma u zaštićenim područjima, upravljanje posetiocima se spominje i kao upravljanje uticajima posetilaca. Time se, još jednom, jasno ističe stav o osnovnoj ulozi upravljanja posetiocima, a to je identifikovanje neprihvatljivih promena, koje nastaju kao rezultat korišćenja u turističkim posetama. Upravljanje uticajima se snažno oslanja na indikatore kao sredstva za definisanje neprihvatljivih uticaja i na osnovu čega će se, u kontekstu upravljačkih mera, formirati noseći kapacitet destinacije (Wearing and Schweinsberg, 2019).

### **Smernice za organizaciju turizma u zaštićenim područjima**

Turizam u zaštićenim područjima mora biti posvećen zaštiti prirode i održivom razvoju, organizovan tako da unapredi upravljanje tim zaštićenim područjima. Održivi turizam u zaštićenim područjima se zasniva na konceptu posete ovim destinacijama na način da ostavi pozitivan uticaj na prirodu, društvo lokalnog stanovništva i njegovu ekonomiju. Zaštićena područja mogu biti katalizatori održivosti i promena načina života na lokalnom, regionalnom i nacionalnom nivou. Da bi ishodi bili pozitivni neophodno je pripremiti strategiju održivog turizma i na njoj zasnovani akcioni plan. Sastavljanje takvog plana čini kompleksan zadatak, neophodan u turističkom razvoju svakog zaštićenog područja. Akcioni plan mora biti usklađen sa planom upravljanja zaštićenim

područjem. Sa druge strane, plan mora biti koordinisan sa očekivanjima lokalnih zainteresovanih strana, na osnovu čega se, konačno, potvrđuje i njegova uloga u održivom razvoju. Na kraju, ali ne i po svom značaju, akcioni plan mora biti podržan dobro postavljenim finansijskim planom, odnosno, mora biti finansijski moguć za realizaciju. Akcioni plan je višestruko značajan. Kroz akcioni plan se sprovodi analiza postojećeg stanja zaštite prirode i turizma. Kroz sastavljanje i sprovođenje akcionog plana postavljaju se ciljevi za budućnost, neophodni u strategiji razvoja zaštićenog područja.

Plan razvoja turizma u zaštićenom području može biti sastavljen od sledećih smernica:

- **Postavljanje jasnih ciljeva na relaciji zaštita prirode – turizam.** Ono obuhvata sagledavanje zadataka i ciljeva zaštite prirode u zaštićenim područjima, kao i ciljeve razvoja turizma u tim destinacijama. Pošto je, generalno posmatrano, cilj zaštite prirode očuvanje biljnog i životinjskog sveta, naučna istraživanja i obrazovanje, onda bi i održivi turizam trebalo da ima za osnovni cilj isticanje značaja prirodnih staništa i naglašavanje potrebe njihove zaštite. U tome, pre svega, mogu pomoći razvoj ekoturizma, a zatim i ostali vidovi na prirodni baziranog turizma.
- **Inventarizacija i valorizacija prirodnih i kulturnih turističkih potencijala.** U prvom redu, obuhvata detaljan popis svih potencijala, bez obzira na njihov eventualni turistički značaj. Nakon inventarizacije sprovodi se turistička valorizacija, kojom se određuje vrednost inventarisanih potencijala, kao i objektivno procenjivanje mogućnosti njihovog prisustva u turističkoj ponudi. Valorizacija, uprkos izazovima, mora podsticati objektivnost, jer svaka loše procenjena vrednost nekog potencijala može se kobno odraziti na uspeh plana razvoja turizma.
- **Formiranje imidža na kome će se zasnivati turizam zaštićenog područja.** U teoriji marketinga takav imidž je poznat kao jedinstvena prodajna karakteristika (unique selling point), odnosno, kao ključni deo prodaje turističkog proizvoda nekog zaštićenog područja, koji je jedinstven i konkurenti njime ne raspolažu u svojim destinacijama. Turistički proizvodi moraju biti karakteristični i prepoznatljivi na potencijalnom turističkom tržištu. Takođe, moraju se zasnivati na aktivnostima koje će biti u funkciji zaštite i očuvanja prirodnih vrednosti zaštićenog područja (npr. ekološka edukacija, volonterski kampovi, saradnja sa konzervatorima na projektima obnove staništa).
- **Procena nosećeg kapaciteta i zoniranje turizma.** Ove tehnike planiranja i organizacije turizma moraju biti usklađene sa zaštitom prirode, koja je uvek prvi prioritet među brojnim funkcijama jednog zaštićenog područja. Noseći kapacitet pomaže u organizaciji turizma zaštićenog područja tako što ne dozvoljava prekomeran broj poseta. Kao tehnika u organizaciji turizma mora biti prilagođen specifičnostima lokaliteta, jer nisu svi oni podjednako osetljivi na prisustvo istog broja posetilaca. Takođe, s obzirom na ekološku osetljivost lokaliteta, i njegove druge karakteristike, neophodno je formirati zone razvoja turizma u zaštićenom području.
- **Pregled i analiza turističkog tržišta.** Ovaj korak podrazumeva i analizu potreba i očekivanja potrošača, odnosno, potencijalnih turista. Neophodno je detaljno sagledati dve faze razvoja. Prva uključuje analizu sadašnjeg stanja, a druga projekciju realno željenog stanja, kako bi trebalo da bude nakon sprovođenja planiranih aktivnosti. Ovaj korak plana uključuje i SWOT analizu, kojom bi se dobila realna pozicija turističkog proizvoda na tržištu, preko sagledavanja njegovih jakih i slabih tačaka, kao i šansi i pretnji iz neposrednog okruženja.
- **Kreiranje pravilnika o turističkim aktivnostima koje su dozvoljene.** Sve turističke aktivnosti moraju biti saglasne sa zaštitom prirode, njenim kapacitetima i sa režimom zaštite ili zonama zaštite u zaštićenom području. Sve aktivnosti za koje se procenjuje da mogu biti destruktivne po zaštićeno područje moraju biti uklonjene i isključene iz turističke ponude. Ovde je važna saradnja konzervatora i turističkih radnika na usklađivanju stavova zaštite prirode i turističkih aktivnosti.

- **Razvijanje i predlaganje novih turističkih proizvoda.** Turizam je delatnost podložna dinamičnom razvoju i promenama. Svaka inovacija na strani turističke tražnje može biti jedan od povoda za uvođenje novih turističkih proizvoda, sadržaja ili aktivnosti. Novi turistički sadržaji su rezultat inventivnosti turističkih radnika, upravljača zaštićenih područja i lokalnog stanovništva. Poseban značaj bi trebalo dati ekološkom i edukativnom momentu turističke ponude. Važno je da turistički radnici i konzervatori ostvaruju kontakte sa zaposlenima u drugim zaštićenim područjima, što će im omogućiti da prate trendove.
- **Procena uticaja na prirodu zaštićenih područja.** Svaka turistička aktivnost, svaki turistički proizvod i sadržaj, ostvaruju uticaj na zaštićeno područje. Neophodno je planom podsticati pozitivne uticaje koje turizam ostvaruje (podsticanje zaštite prirode, popularizacija ekologije, insistiranje na boljem poznavanju posledica zagađivanja) i minimalizaciju negativnih uticaja (zagađivanje vazduha, vode i zemljišta, buka, narušavanje vrednosti predela, ugrožavanje biodiverziteta).
- **Realizacija strategije promocije, koja ima za cilj afirmaciju zaštićenog područja.** Lokalno stanovništvo, turisti i potencijalni turisti, ponekada imaju malo informacija o nekim zaštićenim područjima, njihovoj zaštiti ili kulturnim vrednostima. Promocija novog imidža, novih turističkih proizvoda, ali i novog, savremenog načina upravljanja, ukoliko je prisutan, doprinelo bi većoj popularnosti zaštićenih prirodnih dobara, zaštiti prirode i ekosistema u zaštićenim područjima.
- **Postavljanje programa monitoringa turističkog korišćenja zaštićenih područja.** Program treba da omogući kontrolu zadatih kriterijuma turističkog razvoja. Monitoring bi trebalo da podstiče upravljanje uticajima od strane turizma, kako bi se izbegla ili minimalizovala svaka eventualna šteta, a podsticao pozitivan uticaj. Ovo podrazumeva i mere za kontrolu kretanja turista, njihovog ponašanja, na osnovu čega bi se mogao formirati i noseći kapacitet. To je samo jedan od primera značaja monitoring sistema, koji bi u svom punom značenju morao da podrazumeva sastavljanje indikatora održivog turizma – ekonomskih, kulturnih, socijalnih, ekoloških i za zadovoljstvo turista.
- **Procena i podmirivanje svih potreba neophodnih za realizaciju plana turističkog razvoja.** Pod ovim potrebama se podrazumeva niz najrazličitijih stavki, koje mogu pomoći u razvoju turizma. U prvom redu ovde spadaju finansijske, tehničke i kadrovske potrebe. Iz ugla turističkog razvoja primarne su kadrovske potrebe (npr. ekolozi, turizmolozi, geografi).
- **Sprovođenje plana razvoja turizma.** Ovaj završni korak je i najveći izazov za plan razvoja turizma u zaštićenom području. Implementacija plana će pokazati koliko je njegova zamisao bila realna, koliko se dobro procenjivalo i gde se grešilo. To je momenat kada iluzorne podloge plana, ako ih je bilo, počinju da se pojavljuju, osporavajući zacrtani planski koncept.

Koncipirane smernice bi trebalo na najbolji način da doprinesu ostvarivanju turističko-rekreativnih i kulturnih funkcija pojedinih zaštićenih područja. To mora biti potvrđeno i kroz poštovanje njihove zaštite. Pored toga, smernice bi trebalo da doprinesu popularizaciji zaštite prirode i ekoturizma.

# EKOTURIZAM – PARADIGMA ODRŽIVOG TURIZMA



Ekoturizam je kao oblik turizma poprilično poznat, ali njegovo razumevanje nije potpuno kompletno, jer se u samom pojmu pronalaze različiti stavovi, stručna razmišljanja i neretko suprotstavljena stanovišta o tome kakva je njegova suština. Istaknuti pojedinci i institucije su u prethodnom periodu pružili svoj doprinos u boljem razumevanju ekoturizma, kroz pokušaj da ga definišu, pa je u nasleđe ostavljen veliki broj definicija, u širokom rasponu, od onih preciznih do ne baš potpuno jasnih. Definisanje ekoturizma je veoma bitno, jer ukoliko se u njemu vidi samo marketinški alat za privlačenje dela turističkog tržišta, onda ovaj oblik turizma ne može da ispuni svoju misiju, onu koja ističe kako je to najbolji primer primene principa održivog razvoja u turizmu.

### „Zeleni“ konzumerizam kao uvod u ekoturizam

Radikalne kritike neodržive suštine privrednog i društvenog razvoja s vremena na vreme pozivaju na nulti ekonomski rast i upućuju optužbe na račun industrijalizacije, konzumerizma i ekonomije slobodnog tržišta. Međutim, važno razmišljanje o održivom razvoju je usredsređeno na „tržište zaštite životne sredine“ i kontinuirani ekonomski rast, prilagođen tome da obezbedi scenario u kome noseći kapacitet planete može da osigura sirovine i apsorbuje otpad. Ovo se postiže tzv. „ozelenjavanjem“ privrede i društva, „zelenim“ konzumerizmom i efikasnim proizvodnim sistemima, koji minimalizuju rasipanje, zagađivanje i negativan društveni uticaj (Adams, 2009). Istovremeno, kao posledica sve većeg uticaja pokreta za zaštitu životne sredine, potrošači se menjaju i postaju više pronicljivi, sofisticirani i odgovorni, kada su u pitanju odluke o kupovini i ponašanje u kupovini. Istraživanja su pokazala da je u pojedinim društvima na zapadu čak jedna četvrtina potrošača opisana epitetom „zelenih“ potrošača, što znači da ekološka i društvena razmatranja imaju veliki uticaj u njihovom ponašanju prilikom kupovine. „Zeleni“ potrošači su, u većoj ili manjoj meri, voljni da naprave neprijatne ustupke, na primer, u vlastitim troškovima ili vremenu i

to zarad ekološki odgovornog ponašanja. Oni su spremni dodatno da plate za zdravu hranu i „ekološki prihvatljive“ automobile i veruju da bi vlada trebalo da troši više od svog budžeta na socijalna i ekološka pitanja (Weaver and Lawton, 2014). O ranim fazama „zelenog“ konzumerizma govori i podatak da je u septembru 1988. godine „Vodič kroz zelenu potrošnju“ (Green Consumer Guide) postao najčitanija i najprodavanija knjiga u Velikoj Britaniji. Bio je to svojevrsan vodič kroz kompanije i proizvođače koji su obezbedili kriterijume za očuvanje životne sredine (Holden, 2000).

S obzirom na to da se turizam može shvatiti kao vid konzumerizma, stepen do kojeg ekološka razmatranja utiču na ponašanje prilikom kupovine verovatno će imati veliki uticaj na to kako turizam stupa u interakciju sa prirodnim okruženjem. Do kraja 20. veka, „zeleni“ konzumerizam i kupovina „ekološki prihvatljivih“ proizvoda postali su značajna tržišna niša, a taj trend se nastavio i ojačao i u prvoj deceniji 21. veka. Intenzivno medijsko afirmisanje ekoloških problema, poput klimatskih promena, krčenja tropskih kišnih šuma i devastacije ozonskog omotača, bilo je veoma uticajno u navođenju ljudi da razmišljaju o ekološkim uticajima onoga što kupuju. Ekonomski prosperitet u razvijenim zemljama je takođe bio uticajan u pomeranju zabrinutosti ljudi sa osnovnih ekonomskih potreba na šire etičke razmatranje konzumerizma. Najzad, tradicionalno je zastupljeno mišljenje da nivo javne brige o zaštiti životne sredine ima tendenciju da odražava određene ekonomske cikluse, drugim rečima – kada je ekonomija u zamahu, briga za životnu sredinu je veća (Holden, 2008).

Rast alternativnog turizma svedoči o snazi „zelenog“ i društveno odgovornog konzumerizma u okviru turističkog sektora. Međutim, čak i konvencionalna turistička privreda smisleno sledi strategije zasnovane na održivom razvoju, ako postoje ubedljivi dokazi o „zelenim“ sklonostima i ponašanju u okviru mnogo većeg konvencionalnog masovnog turističkog tržišta. Kao i kod „zelene“ potrošnje uopšte, obrasci u okviru konvencionalnog turizma su promenljivi, ali generalno ukazuju na značajnu pojavu „zelene“ komponente.

◀ *Prethodna strana:*  
Turističke aktivnosti  
i sadržaji malog  
obima na lokalitetu  
Skogafos (Island)  
Foto: V. Stojanović

Možda najrasprostranjeniji dokaz „zelenog“ raspoloženja među konvencionalnim turistima je skoro sveprisutna želja da se doživi odmor u živopisnom i nezaagađenom okruženju (Slika 39). Brojna istraživanja u razvijenim evropskim državama otkrila su da turisti u značajnoj meri biraju destinacije na osnovu raspoloživih informacija o stanju njihove životne sredine (Weaver, 2006). Bez obzira na omasovljavanje „zelenih“ trendova u tzv. masovnom turizmu, njegovi globalno prisutni negativni uticaji na životnu sredinu su uticali na rast tzv. alternativnih oblika turizma, koji se najviše analiziraju kao rezultat „zelenog“ konzumerizma u turističkoj privredi. Alternativni oblici turizma se stavljaju i u kontekst posebnih interesa kod turista. U skladu su sa prirodnim i društvenim vrednostima i omogućavaju podjednako domaćinima i posetiocima da uživaju u pozitivnoj i vrednoj interakciji i zajedničkim iskustvima. Alternativni turizam se opisuje kao mali po obimu, ima minimalan uticaj na lokalnu kulturu i životnu sredinu, dok u njemu turisti žele da dožive istinsko iskustvo lokalnog načina života (Cooper and Hall, 2008). Empirijski dokazi sugerišu da je ovo još uvek mali segment na ukupnom turističkom tržištu, ali je istovremeno i onaj koji, kao i u slučaju „zelenog“ konzumerizma uopšte, brzo raste i to naročito kod onih turista koji imaju visok nivo prihoda i obrazovanja (Weaver and Lawton, 2014).

Alternativni turizam je suprotnost masovnom turizmu (Tabela 11), jer: (1) ima malu skalu razvoja u kojoj su visoke stope lokalnog vlasništva, (2) minimalizuje negativni ekološki i društveni uticaj, (3) insistira na povezivanju sa drugim sektorima lokalne privrede (npr. poljoprivredom), (4) zadržava ekonomsku dobit na nivou lokalne zajednice; (5) zadržava podelu moći na lokalnom nivou i uključuje lokalno stanovništvo u proces donošenja odluka i (6) usmerava tempo razvoja pod uticajem odluka lokalnog stanovništva, a ne spoljašnjih faktora (Holden, 2000). Putovanja u okviru alternativnog turizma svojim konceptom doprinose stvaranju dobrobiti održivog karaktera za turističke destinacije. Prema svojim shvatanjima životne sredine, turisti u ovakvim turističkim kretanjima se očigledno razlikuju od turista masovnog turizma. Alternativni turizam se može interpretirati na dva osnovna načina: (1) kao vid turizma koji ima veći nivo svesti o životnoj sredini i (2) kao tip turističkih kretanja koji se razlikuje od glavnog turističkog toka. Učesnici u alternativnom turizmu žele viši nivo iskustva, veću nezavisnost, nisu skloni da mole za uslugu, preuzimaju inicijativu i imaju viši nivo svesti o zdravom načinu života.

Bez obzira na to što je teško predvideti kakva će budućnost biti kada je reč o alternativnom turizmu, činjenica je da je on u poslednjih trideset godina prošao kroz evidentnu ekspanziju onako kako se to dešavalo i sa „ze-

▼ **Slika 39.** Zeleni konzumerizam u masovnom turizmu regije Algarve na jugu Portugalije – A. Park prirode i vlažno stanište „Ria Formosa“ kod grada Faro i B. štand za prodaju ekoturističkih aranžmana obilaska Parka prirode  
Foto: V. Stojanović



**Tabela 11.** Odnos masovnog i alternativnog turizma

Karakteristike	Masovni turizam	Alternativni turizam
Tržište		
Segment	Od psihocentričnog do umerenocentričnog	Od alocentričnog do umerenocentričnog
Obim i način	Visoki; paket aranžmani	Niski; prigodni aranžmani
Dužina boravka	Kratka	Produžena
Sezonalnost	Izrazita (sezona i van sezone)	Nema izrazite sezonalnosti
Poreklo	Jedno ili dva dominantna tržišta	Nema dominantnog tržišta
Atrakcije		
Karakter	Generički, namenski napravljen, „izmišljen“	Idiosinkratičan, koji već postoji
Naglasak	Visoko komercijalizovan	Umereno komercijalizovan
Orijentacija	Samo ili prvenstveno turisti	Turisti i lokalci
Smeštaj		
Veličina	Izrazitog obima	Malog obima
Prostorni obrazac	Koncentrisan; očigledna turistička oblast	Rasut, bez očiglednih turističkih oblasti
Gustina	Visoka	Niska
Arhitektura	Nametljiv, internacionalni stil	Nenametljiv, lokalni stil
Vlasništvo	Nije lokalno; korporativno	Lokalno; zajednica ili mala preduzeća
Ekonomski status		
Prihodi	Visoki	Niži
Veze	Van lokalnog sektora	Unutar lokalnog sektora
Odliv	Visoko	Nisko
Multiplikativni efekat	Nizak	Visok
Uloga turizma	Dominantna	Dopunska
Propisi		
Kontrola	Van lokalnog uticaja	Lokalna
Obim	Nizak	Visok
Ideologija	Slobodno tržište	Javna intervencija
Naglasak	Ekonomski rast; profit	Lokalno blagostanje
Vremenski okvir	Kratkoročno	Dugoročno

Izvor: Weaver, 2006.

lenim“ konzumerizmom. Pretpostavlja se da je moguća višestruka dobit u koncepciji održivog razvoja za one destinacije koje razvijaju ovakve oblike turizma. Mnogi termini se koriste s ciljem kako bi se opisali alternativni oblici turizma: turizam zasnovan na prirodi, „zeleni“ turizam, turizam malog uticaja, odgovorni turizam, geoturizam, agroturizam, akademski turizam. Najzad, ekoturizam se veoma često analizira kao najpopularniji i najviše afirmisani oblik alternativnog turizma.

### Definicija i karakter ekoturizma

Ekoturizam je postao jedan od najbrže rastućih sektora globalne turističke privrede i prema nekim procenama obuhvata oko 20% svetskog turističkog tržišta. To što ovako visoki procenat, u analizama i na prvu ruku, izgleda nerealno posledica je i različitog pristupa u definisanju ekoturizma (Williams and Lew, 2015). Ekoturizam se definiše i analizira u širokom rasponu od koncepcije turističkog razvoja do selektivnog oblika turizma. Isto tako,

ekoturizam je široko prisutan u popularnoj literaturi o turizmu i akademskoj stručno-naučnoj literaturi, što neretko podrazumeva i razmimoilaženja u tumačenju njegovih principa i dimenzija (Tabela 12). Ekoturizam povlači sa sobom brojne dileme, a posebno u vezi sa stvarnom održivošću, bez obzira na dobre namere iznete u brojnim i prihvaćenim definicijama.

Iako ne postoji univerzalna i opšte prihvaćena definicija ekoturizma, njegove opšte karakteristike se mogu sažeti na sledeći način:

- ekoturizam obuhvata sve oblike turizma zasnovane na prirodi, kod kojih je glavna motivacija turista posmatranje i uvažavanje prirode, kao i tradicionalnih kultura, koje preovlađuju u prirodnim područjima;
- ekoturizam sadrži obrazovne i interpretativne karakteristike;
- generalno, ali ne isključivo, u ekoturizmu se organizuju aranžmani za male grupe turista, od strane specijalizovanih i malih preduzeća u lokalnom vlasništvu, ali mogu to da čine i strani operateri, da vode i prodaju ekoturističke ture, ali opet za male grupe turista;
- ekoturizam minimalizuje negativne uticaje na prirodnu i socio-kulturnu sredinu;
- ekoturizam podržava zaštitu prirodnih predela kroz: (1) stvaranje ekonomske koristi za zajednice domaćina, organizacije i

organe vlasti, koji upravljaju prirodnim područjima u svrhu očuvanja, (2) pružanje alternativnih mogućnosti zapošljavanja i prihoda za lokalne zajednice, (3) podizanje svesti o očuvanju prirodnih i kulturnih dobara, kako kod meštana, tako i kod turista (International Year of Ecotourism, 2002).

Ekoturizam je u prethodnim decenijama definisan kao oblik prirodnog turizma u kome putnika privlači neka destinacija zbog njegovog interesovanja za jednu ili više karakteristika iz prirodne istorije te destinacije. Ovakve posete kombinuje obrazovanje, rekreaciju, a često i avanturu. Zatim, ističe se čvrsta i mekana dimenzija prirodnog turizma, na osnovu ocene o tome koliko su fizički rigorozna iskustva i koliki je nivo interesovanja za istoriju prirode (Slika 40). U ovakvom pristupu se sugerije da su neki ekoturisti više posvećeni od drugih, u potrazi za ekoturizmom, i da su više spremni da izdrže poteškoće, od drugih, kako bi obezbedili svoja iskustva. Na Slici 40, slovo „B“ identifikuje teže ekoturističko iskustvo zasnovano na rigoroznijem iskustvu, a takođe i veću posvećenost, koju je ekoturista pokazao u odnosu na interesovanje za dotičnu aktivnost. Karakteristike čvrstog i mekanog puta su teoretski pozicionirane u teoriji o dubokom i plitkom ekoturizmu. Duboki ekoturizam karakteriše suštinska vrednost, razvoj malih razmera,

**Tabela 12.** Dimenzije i principi ekoturizma

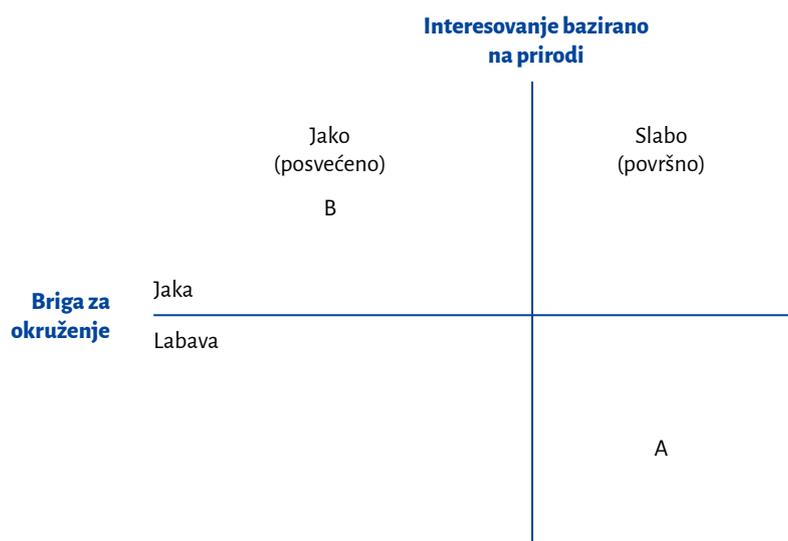
Filozofija	Zasniva se na poštovanju prirode i zajednica lokalnog stanovništva, koje žive u okruženju; insistira na razumevanju životne sredine i zaštiti živog sveta, resursa i predela.
Strategija	Funkcioniše kao sredstvo ili alat za zaštitu prirode, odnosno, za podsticanje ekonomskog i društvenog razvoja zajednica lokalnog stanovništva.
Marketing	Promoviše proizvode koji su u skladu sa životnom sredinom, a odgovornim i potpunim informacijama unapređuje poštovanje prirodnog i kulturnog okruženja.
Cilj	Razvija simbiozu između turizma i životne sredine, prema načelima održivog razvoja i na takav način da pomaže unapređenje životne sredine.
Edukacija	Podstiče učenje o istoriji prirode i životne sredine, kroz interpretaciju prirodnih pojava i procesa, sa akcentom na zaštiti i očuvanju.
Održivost	Dugoročno podstiče ekološki, socio-kulturni i ekonomski prosperitet destinacija, uz smanjenje i ublažavanje siromaštva i afirmaciju marginalizovanih grupa.
Etika	Poštuje etička načela u odnosu prema prirodi i u razmatranju da prirodni entiteti imaju pravo na opstanak (posmatranje životinjskih vrsta, ali ne i lov).
Poslovanje	Zasniva se na malim preduzećima sa malim obimom poslovanja ili ako je reč i o većim turoperatorima onda sa snažnim razumevanjem svih ekoloških principa u poslovanju.

Izvor: Blamey, 2001; Holden, 2008; Buckley, 2013; Wearing and Neil, 2009; Wearing and Schweinsberg, 2019.

identitet zajednice, učešće zajednice i ideja da je pristup materijalnom sam po sebi pogrešan. Suprotno tome, plitki ekoturizam je okarakterisan kao uobičajeni odnos prema prirodi, koja se posmatra kao resurs, koji treba iskoristiti u maksimalizovanju ljudskih koristi. Upravljačke odluke u plitkom ekoturizmu su zasnovane na utilitarnom rezonovanju, a održivost se posmatra iz ugla slabe ili veoma slabe perspektive. Diskontinuitet između dubokog i plitkog ekoturizma, priznajući da su svaki od njih dihotomne pozicije na kontinuumu, podstakao je autore da uoče kako se plitki ekoturizam graniči sa masovnim (eko)turizmom. Razlika između njih je i u načinu na koji se svaki oblik promovira, jer plitki ekoturizam u svojoj propagandi iznosi tvrdnje o posvećenosti pravom ekoturizmu (npr. posmatranje divljih životinja i raznih vrsta), pri čemu profit, ipak, ima prednost nad društvenim i ekološkim razmatranjima (Fennell, 2015). Dakle, osnovna razlika između čvrste i mekane varijante ekoturizma je u tome što ovaj prvi naglašava intenzivne, lične i produžene susrete sa prirodom, koji se uglavnom dešavaju u izvornom okruženju i gde lokalne zajednice ne nude ništa od konvencionalnih zamki modernog turizma. Učesnici u ovoj varijanti ekoturizma su npr. ekološki aktivisti. Mekani ekoturizam se usredsređuje na kratkoročno izlaganje prirodi, gde je iskustvo često jedna komponenta u nizu drugih turističkih aktivnosti i iskustava, i gde u posetama obično posreduju vodiči, uz omogućavanje kvalitetnijih sadržaja smeštaja ili prevoza. Manje je verovatno da će učesnici u mekani

▼ **Slika 40.** Čvrsta i mekana dimenzija ekoturizma

Izvor: Fennell, 2015. na osnovu Laarman, J.G., Durst, P.B., 1987.



obicima ekoturizma biti i ekološki aktivisti (Williams and Lew, 2015).

Da bi ekoturizam potvrdio karakteristike istaknute u njegovoj definiciji neophodno je da ispuni tri kriterijuma, odnosno, ekoturizam mora biti:

- zasnovan na prirodi – pri čemu podrazumeva želju kod posetilaca da se uspostavi spoj sa prirodom, pobegne od pritiska svakodnevnog života, posveti posmatranju živog sveta i specifičnim interesovanjima i aktivnostima, kao što su trekking, posmatranje ptica, rafting i kajakarenje;
- ekološki i kulturološki edukativan – gde ekološka edukacija ima dve svrhe: prvu, koja je upućena na zadovoljavanje turističke potražnje za informacijama o prirodnim i kulturnim atrakcijama, a u funkciji turističkog iskustva i drugu, koja uključuje razmenu znanja i ekoloških stavova, a u cilju minimalizovanja negativnih uticaja i stvaranja ekološki i kulturno svesnijeg stanovništva;
- održivo vođen – što podrazumeva podršku lokalnim ekonomijama i podršku u zaštiti prirode, gde se pretpostavlja da će lokalne zajednice najverovatnije čuvati resurse na način koji pogoduje razvoju turizma, jer od toga imaju korist, odnosno, zahvaljujući interesu dobiće podsticaj da štite prirodu (Blamey, 2001).

Kako je već spomenuto, važan element definicije ekoturizma ističe kako je to na prirodi zasnovan oblik turizma. Ipak, „prirodni turizam“ obuhvata sve one forme turizma – masovni turizam, avanturistički turizam, turizam malog uticaja na okruženje, koje koriste prirodne resurse, uključujući biljne i životinjske vrste, staništa, predele, kao i slane i slatkovodne akvatorije. Prirodni turizam je putovanje čija je svrha uživanje u očuvanim prirodnim predelima. Ekoturizam je turizam malog uticaja na prirodu, koji doprinosi očuvanju vrsta i staništa direktno ili indirektno i tako što obezbeđuje prihode za lokalnu zajednicu (Goodwin, 1996). Ovakvi pristupi su izdvojili ekoturizam od ostalih na prirodi zasnovanih oblika turizma, zbog njegove obrazovne komponente i održivog principa. Takođe, sma-

tra se da je potrebno odvojiti i prirodni turizam od ostalih oblika turizma, koji se oslanjaju na prirodne resurse. Čak se i masovni turizam oslanja na autentične resurse, npr. plaže, kao na centralnu komponentu proizvoda ili iskustva. Nisu svi tipovi turizma sa potrebom za prirodnim resursima saglasni sa održivom životnom sredinom. Aktuelni pokazatelj iznete tvrdnje obuhvata poređenje u aktivnostima kao što su lov i posmatranje ptica, koje imaju drugačiji odnos prema bazi resursa, u smislu njihove „potrošivosti“ (dakle, nije isto posmatrati ili ubiti životinju iz zadovoljstva) i odraz su različitih turističkih potreba. Zbog toga se navodi da je jedan od vodećih principa ekoturizma, naravno pored edukacije i održivosti, i onaj koji se bazira na nepotrošivosti resursa. Takav odnos prema turističkom resursu bi morao biti zastupljen u svim fazama turističke realizacije, od turoperatora, preko politika vlade, upravljanja resursima, razvoja lokalne zajednice, pa sve do iskustva posetilaca (Fennel and Eagles, 1990). Najzad, raznovrsne pristupe u definisanju ekoturizma najbolje ilustruje pojam gradskog ekoturizma, koji se

samo u prvom momentu čini kao nemoguć ili nepostojeći koncept razvoja ekoturizma (Prilog 15).

Moguće je jasno uočiti da ekoturizam obuhvata principe održivog turizma, koji se tiču ekonomskih, društvenih i ekoloških uticaja turizma. Takođe, ovaj oblik turizma obuhvata i sledeće specifične principe: aktivno doprinosi očuvanju prirodnog i kulturnog nasleđa; uključuje lokalne i autohtone zajednice u planiranje, razvoj i posao, a zatim doprinosi i njihovoj dobrobiti; tumači posetiocima prirodno i kulturno nasleđe destinacije i bolje je prilagođen samostalnim putnicima, kao i organizovanim tura- ma za male grupe (Buckley, 2013). Za ekoturizam se kaže da je paradigma održivog turizma, ali ipak ekoturizam i održivi turizam nisu isto. I jedan i drugi pojam pripadaju grupi novog turizma, koji je odgovoran, bez štetnog uticaja i koji je alternativan. Ipak, ekoturizam je oblik turizma, za koji se, slično kao i u slučaju nekih drugih turističkih oblika, vezuju tačno određene turističke aktivnosti, ponašanja turista i sam izgled turističke destinacije. Sa druge strane, održivi turizam je koncept turističkog razvoja

### Prilog 15. Gradski ekoturizam – prihvatljivi oksimoron?

Gradska područja su iz ugla životne sredine modifikovana varijanta geografskog prostora i stoga se u početku čine kao posebno neprikladna za ekoturizam. Međutim, naizgled oksimoronski koncept gradskog ekoturizma je dobio na značaju u literaturi i praksi (Higham and Lück, 2002; Weaver, 2006; Fennell, 2015). Unutar samog grada se nalaze područja sa predispozicijama za razvoj ekoturizma u širokom rasponu od preostalih prirodnih staništa, npr. u dolinama reka ili na brežuljcima, preko napuštenih ili ekološki revitalizovanih lokaliteta, pa sve do negovanih zelenih površina u koje spadaju parkovi i druga izgrađena zelena mesta. Očuvane šume u centru gusto urbanizovanog Singapura dobra su ilustracija malih ekodestinacija u slučaju preostalih prirodnih staništa, dok naseljavanje roda u Evropi ili sokola na visokim zgradama poslovnih gradskih četvrti Severne Amerike, predstavljaju primere ponovnog osvajanja napušte-

nih staništa, koja mogu naći mesto u ponudi ekoturizma. Takođe, grad Ostin u Teksasu poznat je po koloniji od 1,5 miliona jedinki specifične vrste slepih miševa. Kao možda i najbolji primer urbanog ekoturizma, zasnovanog na izgrađenoj strukturi, most u kome se kolonija nalazi privlači oko 100.000 posetilaca godišnje i ostvaruje oko osam miliona dolara prihoda (Weaver, 2006).

Revitalizacija uslova životne sredine degradiranih gradskih četvrti ima važnu ulogu u gradskom ekoturizmu. Tereni za golf, kao i gradska groblja, poznati po upotrebi pesticida neophodnih za održavanje zelenih travnjaka. Iako se u ovim zonama mogu naći vrste poput orlova, aligatora ili medveda, u zavisnosti od dela sveta, količina hemikalija unesenih u životnu sredinu postavlja ozbiljna pitanja o ekološkom zdravlju čitavih ekosistema. Ovo, takođe, može biti aktuelno u slučaju staništa tipa urbanih morskih područja, koja nastaju

njuju razne morske vrste poput kitova. Nažalost, ove životinje nisu u stanju da prežive svoj puni životni ciklus zbog raznih problema koji su u vezi sa zatočeništvom. Suprotno ovome, u mnogim gradskim područjima su identifikovane brojne inovativne razvojne koncepcije, koje su stimulisale razvoj ekoturizma kroz stvaranje novih prostora za njegov razvoj. Neki gradovi su obnovili rudnike, a deponije pretvorili u zelene pojaseve, uključujući ovde i parkove i terene za golf. Ovi prostori su postali važni za autohtoni biljni i životinjski svet, a doprineli su i razvoju koji je omogućio menadžerima da povežu zelene koridore kroz urbano okruženje. Mnoge društvene grupe su dale svoj značajan doprinos u zaštiti životne sredine gradova kroz restauraciju njihovih prirodnih područja, koja su degradirana ljudskom aktivnošću, čineći tako ekoturizam u urbanoj sredini realnom opcijom (Fennell, 2015).

upućen na očuvanje životne sredine, društvene, kulturne i ekonomske specifičnosti neke destinacije. Održivi turizam bi morao biti povezan sa svakim oblikom turističkog razvoja, uključujući i masovni turizam, kako on ne bi bio poguban po životnu sredinu.

Ekoturizam je podložan i kritikama, a osnova za njihovo iznošenje se pronalazi upravo u definicijama, koje ističu njegovu posebnost i alternativni predznak. U prethodnom periodu su često upućivane kritike na račun ekoturizma, zbog fokusa na potrošnju i luksuz, pa se tako pojavila i zabrinutost u vezi sa stepenom u kojem je on kao oblik turizma fokusiran na zaštitu životne sredine, društvene i kulturne aspekte održivosti (Benckendorff and Moscardo, 2013). Mogućnost ostvarivanja finansijske dobiti od ekoturizma zapravo predstavlja osnovu za njegovu kritiku. Prema jednom mišljenju, tzv. „ekoturizam“ ne samo da ne izražava interesovanje za „životnu sredinu“ (ekologiju), već ukazuje i na sposobnost plaćanja visokih cena koje takva putovanja zahtevaju. Ekoturizam je, kako je više puta istaknuto, oblik turizma koji se oslanja na alternativni narativ. Zato ga povezuju i sa ekskluzivnošću, a mnogi su spremni i da ga preimenuju u „egoturizam“. Ideja „egoturizma“ se pojavljuje kao rezultat nadmetanja u težnji za razlikovanjem, jedinstvenošću i izdvajanjem (Holden, 2008).

### **Kraći prikaz istorijskog razvoja ekoturizma**

Najraniji poznati primer korišćenja pojma ekoturizma, koja u to vreme još nije bila definisana, zabeležen je šezdesetih godina 20. veka u Kanadi i za to je zaslužna organizacija Parkovi Kanade (Parks Canada) (Buckley, 2009). Ekoturizam se, zatim, počeo razvijati „unutar matrice“ ekološkog pokreta sedamdesetih i osamdesetih godina. Rastuća zabrinutost za životnu sredinu, u kombinaciji sa sve većim nezadovoljstvom usled masovnog turizma, dovela je do povećane potražnje za alternativnim iskustvima koja se zasnivaju na prirodi. U isto vreme, u manje razvijenim državama su počeli da shvataju kako turizam zasnovan na prirodi može biti alat za sticanje novih prihoda, a da je, pri tom, manje destruktivan po resurse od onih razvojnih opcija koje uključuju seču šuma ili poljoprivredu. Do sredine osamdesetih godina 20. veka u jed-

nom broju takvih država su identifikovali ekoturizam kao sredstvo za postizanje ciljeva zaštite prirode i razvoja (Blamey, 2001).

Etimologija reči ekoturizam pripisuje se meksičkom arhitekti Hektoru Sebalos-Lascurainu (Hector Ceballos-Lascurain). On je 1992. opisao ovaj oblik turizma na sledeći način: Ekoturizam je turizam koji uključuje putovanja u relativno nenarušena prirodna područja sa specifičnim ciljem proučavanja, divljenja i uživanja u predelu i njegovim biljnim i životinjskim vrstama, kao i u svim raspoloživim kulturnim aspektima takvih oblasti. Ekoturizam podrazumeva naučni, estetski ili filozofski pristup, iako se od ekoturiste ne zahteva da bude profesionalni naučnik, umetnik ili filozof. Glavna predispozicija je da osoba koja učestvuje u ekoturizmu ima priliku da prodre u prirodu na način na koji većina ljudi ne može da uživa u svojoj svakodnevnoj urbanoj egzistenciji. Ova osoba će na kraju steći svest i znanje o prirodnom okruženju zajedno sa njegovim kulturnim aspektima, a što će je preobraziti u nekoga ko se aktivno bavi pitanjima zaštite (Ceballos-Lascurain, 1992).

U devedesetim godinama se ekoturizam brzo razvijao pod uticajem „zelenog“ konzumerizma. U tome su pomogli i zabrinjavajući izveštaji o ugroženosti životne sredine na globalnom nivou (Holden, 2008), pa se na turističkom tržištu profilisao segment koji je spreman da učestvuje u zaštiti životne sredine kroz kupovinu turističkih aranžmana. Među prvim organizacijama koje su putnicima ponudile destinacije je sa upečatljivim prirodnim vrednostima bio je i Svetski fond za prirodu (Tabela 13).

Odmah na početku novog milenijuma, Generalna skupština Ujedinjenih nacija je proglasila 2002. godinu za Međunarodnu godinu ekoturizma. Ovo je bila jedinstvena prilika na globalnom nivou da se pregledaju iskustva ekoturizma širom sveta, kako bi se konsolidovali alati i institucionalni okviri, koji obezbeđuju njegov održivi razvoj u budućnosti. To znači maksimalizaciju ekonomskih, ekoloških i društvenih koristi od ekoturizma, uz izbegavanje njegovih nedostataka i negativnih uticaja. Aktivnosti u okviru Međunarodne godine ekoturizma su rezultirale i prvom zvanično usvojenom definicijom ekoturizma u kojoj se spominju dobro poznati elementi od ranije: za-

**Tabela 13.** Reklamni oglasi za eko-putovanja u organizaciji Svetskog fonda za prirodu

<b>Ostrva kraljice Šarlote</b>
<i>70 putnika; od 16. do 23. maja 1993. godine; početna cena: 2.100 dolara.</i> Istraživanje voda oko ostrva San Huan, gde pejzaž ulepšavaju tepisi divljeg cveća. Putovanje veličanstvenim i živopisnim vodenim putevima i fjordovima do ostrva Kraljice Šarlote, gde se veličanstveni divlji svet razvija u kišnim šumama umerenog pojasa.
<b>Ostrva Galapagos</b>
<i>38 putnika; od 28. maja do 09. juna 1993. godine; cena: 5.510 dolara.</i> Život divljine izvanrednih razmera susreće vas na svakom koraku, predstavljajući i geološku evoluciju. Sa neverovatne blizine osmatraće se izvanredna neustrašiva stvorenja, poput hiljade ptica raznovrsnih boja, veoma malih galapagoskih pingvina, ogromnih kornjača, iguana, foka, morskih lavova i mnogih drugih.
<b>Stenovite planine</b>
<i>Od 09. do 18. juna 1993. godine; cena: 2.450 dolara.</i> Grand Teton, Jelouston, Glejser – istraživanje nacionalnih parkova u izvanrednim Stenovitim planinama i to u najboljem periodu za posmatranje jelena, antilopa, bizona, kojota, medveda, dabrova, vidri i drugih vrsta. Organizovane pešačke ture, letenje i vožnja, provešće vas kroz aktivno geotermalno područje i livade sa divljom florom.
<b>Bocvana i Namibija</b>
<i>Od 01. do 18. jula 1993. godine; cena: 7.950 dolara.</i> Obilazak predivnih dina i aridnih predela Namibije, gde su svoje utočište pronašle divlje vrste poput leoparda, geparda, slonova, nojeva, zebri, brojnih ptica, kao i iznenađujuće bujne Okavango delte u Bocvani. Istraživanje vodenih puteva i ostrva delte i to vlastitim stopalima, plovidbom i u otvorenim safari vozilima.
<b>Arktik Aljaske i Ruski Daleki istok</b>
<i>138 putnika; od 21. do 31. jula 1993. godine; početna cena: 3.500 dolara.</i> Polarni medvedi, morževi, kitovi, snežne guske i morske ptice... to je izuzetna šansa da se vidi divljina u ovom jedinstvenom istraživanju Beringovog mora. Kroz Beringov moreuz i arktički pojas posećuju se udaljena ostrva i razučene obale ovih jedinstvenih predela.
<b>Putovanje u unutrašnjost Aljaske</b>
<i>70 putnika; od 04. do 13. avgusta 1993. godine; početna cena: 2.970 dolara.</i> Kitovi, delfini, medvedi, orlovi, njorke, morske vidre, foke – mogu se videti u fjordovima, na lednicima i pod snežnim kapama aljaskih planina.

Izvor: McIntosh et al., 1995.

štita, mali uticaj na životnu sredinu i ekološka edukacija.

U prvih dvadeset godina 21. veka brojne su destinacije razvijale ekoturizam, a među njima su i neke države koje celu svoju ponudu baziraju na ekoturizmu. Kostarika je pažljivo gra-

dila imidž ekodestinicije od devedesetih godina 20. veka i brzo je iznela svoj prepoznatljivi imidž na osnovama ekoturističkih aranžmana. Iz Latinske Amerike je ekoturizam, kao koncepcija i oblik razvoja turizma, prenet u Afriku, Australiju i Evropu.

## TIPOLOGIJE I SOCIO-DEMOGRAFSKE ODLIKE EKOTURISTA

U devedesetim godinama 20. veka, vremenu snažne afirmacije ekološki odgovornih putovanja, na turističkom tržištu je primećena pojava nove klijentele, koja od turističke privrede zahteva drugačije aktivnosti, iskustva i pristupe. To su ekoturisti – ljudi kojima su potrebne rekreativne mogućnosti, koje su saglasne sa životnom sredinom i tamo gde preovlađuje priroda, a ne izgrađeni prostor. U ekoturistima su prepoznati turisti koji skidaju okove tra-

dicionalnog turizma i to u potrazi za znanjem i iskustvom. Primećeno je i to da njihov interes nije u „izležavanju pored hotelskih bazaena ili u užurbanim rasporedima razgledanja“. Oni su zainteresovani za posetu izvornih prirodnih predela, nacionalnih parkova i tropskih šuma, kao i za posmatranje ptica, drugih životinja i izvornog biljnog sveta. Ekoturisti žele da „iskuse nove stilove života i upoznaju ljude sličnih interesovanja“ i hoće da znaju kako njihov

novac od putovanja koristi lokalnoj ekonomiji. U devedesetim godinama i nakon toga istraživane su mnoge dimenzije ekoturizma: turistički proizvod, rešenje u planiranju, odnos prema lokalnoj, regionalnoj, nacionalnoj i međunarodnoj politici i strategija održivog razvoja. Međutim, sve ovo je malo govorilo o tome ko su i kakvi su zapravo ekoturisti. Široki spektar ekoturističkih iskustava utiče na široki raspon u prisustvu različitih tipova ekoturista, od onih koji žele da nauče o specifičnim ekosistemima ili divljim životinjama, zainteresovanih za iskustvo autohtonih kultura, preko orijentisanih na avanturu, zainteresovanih za opipljivija aktivna iskustva, pa sve do nekih drugih koji žele da volontiraju i pomognu zajednicama lokalnog stanovništva država u razvoju. Stoga, ekoturisti nisu homogena grupa turista, usled čega ih je teže dodatno odrediti (Wearing and Neil, 2009).

U prilog tome da ekoturisti nisu jednoobrazni idu i brojne i potvrđene činjenice kako se oni među sobom razlikuju zbog svojih navika, afiniteta, očekivanja, težnji i želja (Wight, 2001; Wearing and Schweinsberg, 2019), što sve zajedno dodatno dokazuju i razne tipologije ekoturista (prirodnih turista), nastale u prethodnom periodu.

Neke od prvih i do danas priznatih tipologija ekoturista su nastale devedesetih godina 20. veka. Na primer, studija „Politike za maksimalizaciju ekoloških i ekonomskih dobiti od turizma u prirodi“, objavljena je godinu dana pre Druge konferencije Ujedinjenih nacija o životnoj sredini i razvoju u Rio de Žaneiru (1992). Bila je pod snažnim uticajem Brundtland izveštaja (1987), a u njoj su predložene i definicije održivog razvoja. U pomenutoj studiji se analiziraju četiri osnovna tipa turista u prirodnom turizmu (ekoturizmu):

- Tip 1: tvrdokorni prirodni turisti – naučni istraživači ili članovi posebno osmišljenih aranžmana namenjenih obrazovanju, uklanjanju otpada ili tome slično.
- Tip 2: posvećeni prirodni turisti – koji namenski putuju da bi videli zaštićena područja i koji žele da razumeju lokalnu prirodnu i kulturnu istoriju.
- Tip 3: glavna struja prirodnih turista – koji posećuju daleke destinacije iz razloga što su neobične (npr. Amazon u Južnoj Ameri-

ci ili Nacionalni park „Volkanos“ u Ruandi, zbog tzv. gorila turizma).

- Tip 4: slučajni prirodni turisti – slučajno su se zatekli i borave u prirodi koja je deo šireg putovanja (Lindberg, 1991).

Za dodatno razumevanje opisane tipologije važno je istaći da pojedinac može da se uklopi u različite kategorije u različito vreme. Ova jednostavna tipologija pokazuje raznolikost unutar tržišta prirodnog i ekoturizma, što može biti važno i za planere turizma. Na primer, turisti tipa 1 i tipa 2 će verovatno biti tolerantniji prema ograničenim sadržajima ponude u poređenju sa turistima tipa 4, ali će zato očekivati manje gužve u destinaciji.

Još jedan od ranih primera podela heterogene grupe ekoturista ističe tri osnovna tipa:

- samoinicijativni ekoturisti, koji su najbrojniji u grupi svih ekoturista i koji borave u raznim vrstama smeštaja, imaju izuzetnu pokretljivost, dok je njihovo iskustvo obeleženo visokim stepenom fleksibilnosti;
- ekoturisti organizovanog putovanja, očekuju visok stepen organizacije u okviru svoje ture ili putovanja na egzotične destinacije (npr. Antarktiki);
- školske ili naučne grupe, odlikuje spremnost da se direktno uključe u naučna istraživanja, putem raznih udruženja ili pojedinačno, i to su turisti koji žele da ostanu u istoj regiji na duži vremenski period i spremni su da izdrže nepovoljnije uslove u odnosu na druge ekoturiste (Kusler, 1991).

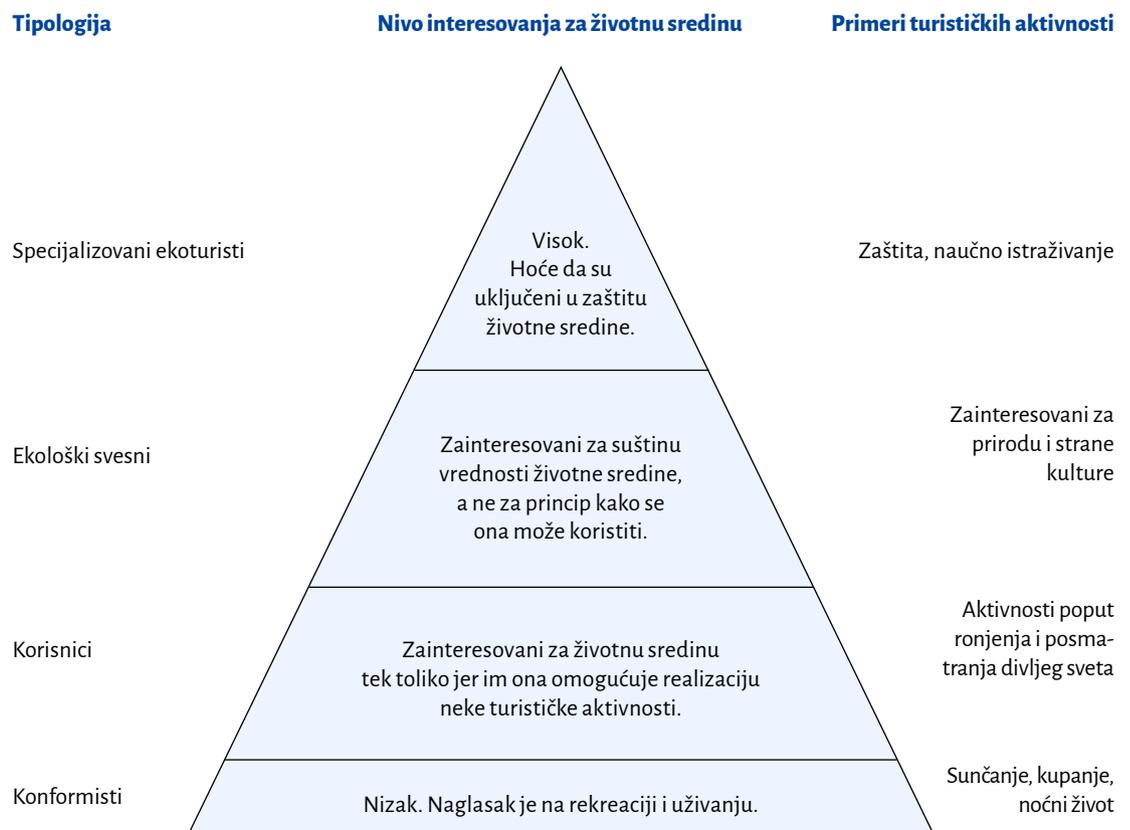
Zanimljiva je i kategorizacija turista koja ih razvrstava u različite tipove na osnovu stepena njihovog interesovanja za životnu sredinu. U njoj je obim potražnje osnova za klasifikaciju i istovremeno predstavlja širinu svakog segmenta (Slika 41). Najširu osnovu imaju „konformisti“ koji, van zone vlastitog komfora, imaju malo interesovanje za životnu sredinu. Ovaj tip turista usredsređuje svoj fokus na opuštanje i uživanje. Naredni tip su „korisnici“, zainteresovani za okruženje koje ima tačno određene karakteristike neophodne za tačno određenu vrstu odmora. Karakteristike životne sredine, potrebne ovom tipu turista, stoga su specijalizovane i ograničene. Na primer, neke od aktivnosti ovde su posmatranje divljih životinja ili skijanje, od kojih je za svaku po-

trebno tačno određeno okruženje (npr. prisustvo staništa i planinski tereni određenog nagiba). Sledeći tip su „ekološki svesni“, jer oni pokazuju viši nivo svesti u odnosu prema životnoj sredini i to ne samo zbog mogućih turističkih aktivnosti, već i zbog suštine same životne sredine. Oni su zainteresovani za ekološka pitanja povezana sa turizmom i traže dokaze o posvećenosti aktivnosti za zaštitu životne sredine. Isto tako, spremni su da traže i ekološku sertifikaciju visokog nivoa, koja je garancija kvalitetnog poslovanja turističkih kompanija i njihovih dobavljača. Tipične turističke aktivnosti unutar ovog tipa povezane su sa namerom da se sazna više o prirodi i kulturi posećene destinacije. Poslednja grupa, „specijalizovani ekoturisti“, odražava visok nivo posvećenosti životnoj sredini, u toj meri da je prisutna i težnja za aktivnom zaštitom. Ovo su putovanja potpuno angažovana u funkciji zaštite životne sredine, koja mogu da uključe i naučna istraživanja (Cleverdon, 1999).

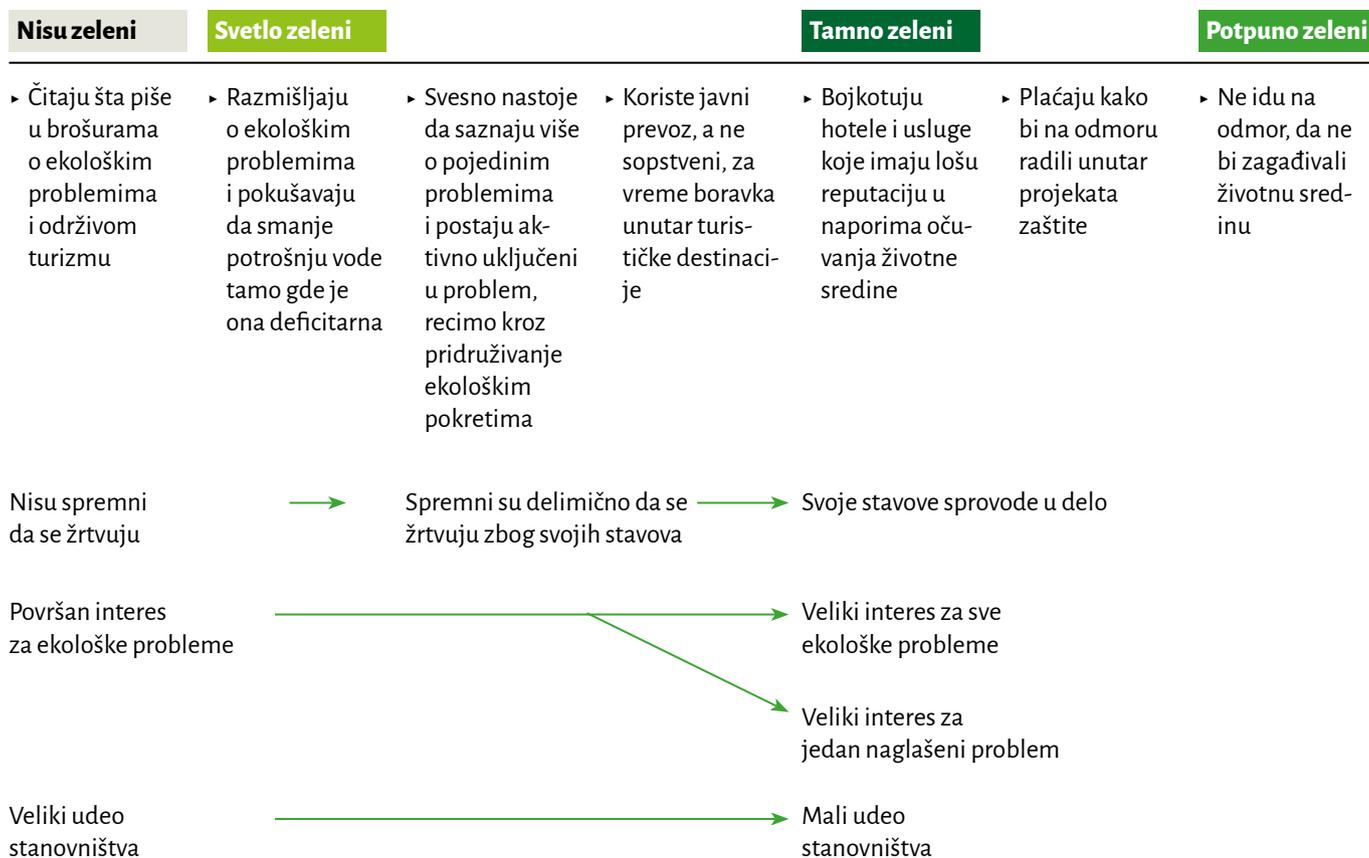
U skladu sa raznovrsnim grupama turista i ekoturista, postoji još jedno mišljenje, a koje se poziva na raznovrsnost u pristupu objašnjavanja tzv. zelenih nijansi (Slika 42). One sugeriraju da će na ekološku posvećenost turista uticati amalgam različitih faktora uključujući ovde njihovu svest i znanje o pitanjima u vezi sa turizmom i životnom sredinom, stavove o životnoj sredini i stepen ispunjenja drugih obaveza u njihovom životu kao što su zaposlenje, stanovanje i porodične potrebe (Swarbrooke and Horner, 1999).

U prethodnom periodu su urađena brojna empirijska istraživanja, širom sveta, s ciljem da se pomogne u boljem razumevanju demografskih i psiholoških karakteristika ekoturista (Fennell, 2015; Wearing and Neil, 2009). Istraživanje sprovedeno u Kanadi je potvrdilo da su tamošnji ekoturisti imali u proseku 54 godine, sa većinom u starosnoj grupi od 60 do 69 godina. U uzorku su bili pretežno muškarci (55%), koji su u proseku zarađivali oko 60.000 kanadskih dolara, pri čemu je najveći broj njih imao završene diplomske i postdiplomske studije. Ovaj nivo obrazovanja je znatno iznad nacionalnog proseka (Fennell, 2015). Ekoturisti se generalno mogu okarakterisati kao turisti sa prihodima višim od prosečnih, uglavnom sa višim obrazovanjem, a suprotno istraživanjima u Kanadi, druga istraživanja pokazuju da u svetu obično ima više

šu da će na ekološku posvećenost turista uticati amalgam različitih faktora uključujući ovde njihovu svest i znanje o pitanjima u vezi sa turizmom i životnom sredinom, stavove o životnoj sredini i stepen ispunjenja drugih obaveza u njihovom životu kao što su zaposlenje, stanovanje i porodične potrebe (Swarbrooke and Horner, 1999).



► **Slika 41.** Tipovi turista prema nivou njihovog interesovanja za životnu sredinu  
Izvor: Cleverdon, 1999.



▲ **Slika 42.** Zelene nijanse u turizmu  
 Izvor: Swarbrooke and Horner, 1999.

žena ekoturista nego muškaraca. Međunarodno društvo za ekoturizam je potvrdilo da su ekoturistiiskusni putnici, kod kojih je veća verovatnoća da poseduju univerzitetsku diplomu i viši razred prihoda (Wearing and Neil, 2009). Najzad, posmatrano prema poreklu, odnosno, iz kojih država dolaze, ekoturisti su najčešće iz Severne Amerike, zapadne i severne Evrope, kao i iz Australije i sa Novog Zelanda (Gössling, 2007). Dakle, većina ekoturista je iz bogatih zapadnih zemalja u koje spadaju još SAD, Nemačka, Švedska i Kanada. Brzo starenje stanovništva ovih nacija i pomeranje „bejbi bumera“ u kasnije srednje doba otkriva se kao značajan demografski pokazatelj u turizmu, jer važan deo ovih demografskih grupa ima značajan nivo raspoloživog slobodnog vremena u kombinaciji sa relativno visokim nivoom raspoloživog dohotka za trošenje na usluge u slobodno vreme (Wearing and Neil, 2009).

Psihološka istraživanja mogu biti angažovana na proučavanju vrednosti, stavova, stila života i različitih interesovanja specifičnih segmenata društva. Generalno, rezultati ovakvih istraživanja kod ekoturista ilustruju kako se vrednosti koje oni traže mogu pronaći u novim, aktivnim i avanturističkim aktivnostima. Sasvim suprotno, vrednosti povezane sa drugim tržišnim segmentima su snažnije povezane sa stacionarnom aktivnošću i porodičnim nastojanjima. Utvrđeno je da ekoturisti traže atrakcije u vezi sa prirodom – područja divljine, zaštićena područja i ruralna područja, dok su atrakcije u vezi sa gradovima i odmaralištima važnije prosečnom turisti. Implikacije istraživanja su takve da empirijski pokazuju kako zaista postoji razlika između ekoturista i putnika opšteg karaktera u smislu njihovih potreba i onoga što očekuju od putovanja.

Destinacija ekoturizma je uža ili šira geografski prostor u kome se razvija ekoturistička privreda sa svim pratećim odlikama. Uglavnom su to zaštićena područja, a ukoliko i nisu onda je taj prostor važan centar biodiveziteta ili predeo visokih estetskih vrednosti, pogodan za demonstriranje i interpretaciju prirodnih procesa. Kreiranje destinacije ekoturizma povlači za sobom veliku odgovornost, koja mora da sledi politiku održivog razvoja i unutar koje će se poštovati principi održivog razvoja turizma. U brojnim državama sveta se potvrdilo da su vlade od lokalnog do nacionalnog nivoa odgovorne za politiku razvoja ekoturizma u ekodestinacijama.

Na osnovu definicije, karaktera i osnovnih principa ekoturizma, može se zaključiti kako destinacija ekoturizma obuhvata sledeće elemente:

- zaštićena područja (nacionalne parkove, rezervate, parkove prirode) ili predele očuvanih prirodnih karakteristika i bogatog biodiverziteta, u kojima je intenzitet izgrađenog i urbanizovanog na izuzetno niskom nivou i u kojima se turizam ne razvija na štetu izvornih prirodnih karakteristika;
- oblasti i objekte za rekreaciju koji su usklađeni sa nosećim kapacitetom, turističke staze koje zajednički koriste kako turisti, tako i lokalno stanovništvo i na kojima je zastupljena turistička signalizacija od ekološki prihvatljivog materijala;
- ugostiteljske objekte, hotele, restorane, ekokonačišta, vizitorske centre, koji su u vlasništvu lokalne zajednice, a čija arhitektura i okolni ambijent moraju naglašavati lokalno nasleđe i kulturu;
- lokalno stanovništvo koje je svesno vlastitog kulturnog identiteta i spremno da učestvuje u promociji lokalnog nasleđa kroz osmišljavanje turističkih manifestacija i na druge originalne načine (npr. promocija ruralnih vrednosti);
- prijateljski odnos ekoturista i lokalnog stanovništva koji ne samo da neće odvajati staze njihovog kretanja, nego će podsticati uzajamno druženje u prirodi, restoranima ili prodavnicama.

Destinacija ekoturizma mora imati svoj turistički razvoj i on ne sme ugrožavati resurse životne sredine. Da bi se to i ostvarilo neophodno je primeniti sledeće smernice za uspešno upravljanje:

- obezbediti odgovarajući budžet za očuvanje poznatih turističkih centara i usmeriti takse od turizma u svrhu zaštite;
- primorati turistička preduzeća da uplate taksu za ekološke uticaje i to radi finansiranja procesa reciklaže, kapaciteta za preradu otpada, električne energije i vodosnabdevanja, jer i turistima su potrebne ove usluge;
- obezbediti izveštaje o uticaju turizma na životnu sredinu koji moraju biti povezani sa licenciranjem preduzeća i sistemom sertifikacije;
- upravljati ekološki održivo prostorima za kampovanje u cilju minimalizacije negativnih uticaja;
- usvojiti propise u vezi sa javnim zemljištem što treba da donese detalje o vrsti vozila koja su dozvoljena u specifičnim zonama razvoja, ograničenju brzine, kaznama za deponije i zagađenja i ostale bitne činjenice u vezi sa menadžmentom posetilaca;
- pružiti programe obuke onim stanovnicima koji imaju mogućnost da se bave sopstvenim biznisom;
- omogućiti lokalnom stanovništvu da bez obzira na popularnost destinacije ostane u mogućnosti kupovine nekretnina (Wood, 2002).

U ulozi pružanja usluga u ekoturizmu, ekokonačište se pojavilo u ranim devedesetim godinama 20. veka i to kao najizrazitija komponenta specijalizovane privrede ekoturizma. Ne postoji univerzalno prihvaćena definicija ekokonačišta, iako se pouzdano zna da su to generalno mali objekti, koji se nalaze unutar ili u blizini zaštićenih područja. Oni se bitno razlikuju od tradicionalnog smeštaja (Tabela 14). Dizajnirani su tako da se uklapaju u lokalno prirodno i kulturno okruženje i da u velikoj meri koriste koncepciju „zelenih zgrada“ i energetske prihvatljive tehnologije. Oni su obično orijentisani na pružanje usluga snažno posveće-

noj ekoturističkoj klijenteli iz razvijenog dela sveta i to u sferi smeštaja, hrane, interpretacije prirodnih vrednosti i usluga turističkog vodiča. Jedna analiza je ustanovila da je u prvoj deceniji 21. veka u svetu bilo 500–1.000 objekata, koji su argumentovano mogli da se klasifikuju kao ekokonačište. Ipak, samo nekolicina je ispunjavala baš sve neophodne zahteve poslovanja. Dok se čini da je većina ekokonačišta u vlasništvu lokalnih zajednica i malih preduzetnika, sasvim svejedno domaćih ili stranih, trend korporatizacije ovih objekata u svetu je prisutan i očigledan (Weaver, 2006).

Dizajn, način izgradnje i opremanje su važne odrednice u prepoznavanju ekokonačišta u destinacijama ekoturizma. Posvećenost ka održivom projektovanju i izgradnji objekata ovog tipa u zaštićenim područjima je bitna za razvoj celokupnog održivog turizma. Ovi objekti poštuju prirodu, mogućnost revitalizacije i obnavljanja narušenog. Čovekovo iskustvo u svemu mora biti postavljeno tako da je u harmoniji sa životnom sredinom. Principi dizajna ekokonačišta teže ispunjavanju sledećih kriterijuma:

- obezbeđenju edukacije posetilaca o divljim životinjama, izvornim kulturnim vredno-

stima, istorijskim obeležjima ili drugim prirodnim karakteristikama;

- uključivanju autohtonog stanovništva u procese i interpretaciju, kako bi se podstakao lokalni ponos i izloženost posetilaca tradicionalnim vrednostima i tehnikama;
- revitalizaciji životne sredine;
- podsticanju istraživanja, razvoja i demonstracije projekata na način koji minimalizuje uticaj na životnu sredinu;
- obezbeđivanju duhovnog ili emocionalnog oporavka;
- pružanju mogućnosti opuštanja i rekreacije;
- edukaciji posetilaca tako da oni shvate kako je poznavanje lokalnog i globalnog okruženja vredno i da će to osnažiti njihovu sposobnost da donose odluke (Fennell, 2015).

Ekokonačište je u svojoj suštini skroman objekat, na nivou osnovnih turističkih potreba. Ono mora da zadovoljava osnovne etičke principe, što se posebno odnosi na skalu malog uticaja u odnosu prema životnoj sredini. Planiranje eventualnih uticaja se može sprovoditi i kroz minimalizaciju negativnog uticaja saobraćajnica koje vode do ovih objekata, dalje, kroz ekološki prihvatljivu arhitekturu, koja mora biti u stilu lokalnog kulturnog nasleđa i bez narušavanja estetskih vrednosti i konačno, kroz organizaciju poslovanja. Kada je to moguće, ekokonačište koristi obnovljive izvore energije, u koje spadaju solarna ili energija vetra, obavezno radi na aktivnostima prečišćavanja otpadnih voda i reciklaže otpada. Jedan od često spominjanih kriterijuma ističe da ekokonačište ne pripada multinacionalnim lancima, već se često nalazi u vlasništvu lokalne zajednice. Ipak, teorija o ekokonačištima ponekada nije saglasna sa stanjem u praksi, pa se u opciji smeštajnih kapaciteta ekoturizma nalaze i oni objekti koji mu po definiciji ne pripadaju. Takozvani ekoturizam u nekim delovima sveta postaje modni trend koji dobro zarađuje novac. Deo takve loše prakse je i ekokonačište inicirano od nekih multinacionalnih kompanija, koje za izgradnju koriste materijale neusaglašene sa lokalnim nasleđem i ne brinu o životnoj sredini. Ove kompanije ne nude proizvode i doživljaje na bazi lokalnih prirodnih i kulturnih vrednosti. Takav razvoj tzv. eko-

**Tabela 14.** Upporedna analiza tradicionalnog smeštaja i ekokonačišta

Tradicionalni smeštaj	Ekokonačište
Luksuz	Komfor osnovnih potreba
Uniformni stil	Jedinstveni, osobeni stil
Relaksacioni fokus	Aktivno-obrazovni fokus
Aktivnosti bazirane na opremi (npr. golf, tenis)	Aktivnosti bazirane na prirodnim resursima (npr. pešačenje, ronjenje)
Razvoj na bazi enklave	Integrirani razvoj sa lokalnom sredinom
Vlasništvo na bazi konzorcijuma	Individualno vlasništvo
Maksimalizovana zarada kroz masovnost kapaciteta, usluge i cenu	Maksimalizovana zarada kroz strateški dizajn, lokaciju, male kapacitete, usluge i cenu
Visoke investicije	Umerene i niske investicije
Ključne atrakcije su usluge i okolina	Ključne atrakcije su okolina i usluge
Obroci visokog kvaliteta usluge i prezentacije	Pažljivo pripremljena hrana i uticaj lokalne kuhinje
Tržište unutar lanca	Nezavisno tržište
Specijalizovani vodiči za prirodne vrednosti ne postoje ili su minimalno zastupljeni	Prisutnost i aktivnost specijalizovanih vodiča za prirodne vrednosti

Izvor: Russel et al., 1995.

turizma se može opisati kao kozmetički i on samo površno zalazi u principe ekoturizma. Neki od loših primera ističu i čuvanje zarobljenih životinja u kavezima ili na lancu, a sve u cilju turističke zarade.

Kritike upućene na račun poslovanja ekokonačišta su uglavnom posledica nedoslednosti u praćenju uticaja na životnu sredinu i stvarnog učinka u održivom razvoju. U jednom istraživanju je potvrđeno da je preko sto proučavanih ekokonačišta navodno imalo veoma pozitivan učinak na životnu sredinu, dok je samo 40% njih imalo stalni mehanizam za identifikaciju uticaja na životnu sredinu i reviziju ekološkog učinka. Manje od četvrtine (22%) je imalo pismeni izveštaj ekološkog učinka na godišnjem nivou. Ovo dovodi u sumnju tvrdnju da većina ekokonačišta može jasno da razume i sagleda svoj uticaj na životnu sredinu. Drugim rečima, dok je prezentovani pozi-

tivni ekološki učinak kod njih bio visok, mehanizmi izveštavanja su u isto vreme bili na niskom nivou. Detaljnije istraživanje petnaest modela poslovanja ekokonačišta je otkrilo da su održive strategije promenljive: neka preduzeća integrišu održivost sa svim aspektima poslovanja, dok druga koriste više filantropske pristupe. Postoji i ubeđenje da ekokonačišta koja imaju integrisan i fokusiran pristup ka ekološkoj i društvenoj održivosti, mogu imati ekonomsku korist od toga. Zatim, postoji verovatnoća da će ekokonačišta koja su povezana sa većim i obimnijim ekoturističkim poslom biti održivija od onih koja rade u izolaciji, što je u suprotnosti sa široko prisutnim stavom o održivosti isključivo malih objekata i u lokalnom vlasništvu (Wight, 2007). Dakle, ne mora uvek da znači kako prisustvo multinacionalnih lanaca erodira načela održivog razvoja u ekokonačištima.

## ORGANIZACIJA EKOTURIZMA

Najvažniji preduslov u organizaciji ekoturizma je pravovremeno postavljanje etički predvođenog principa malog uticaja na životnu sredinu, pri čemu se stvaraju nove šanse i mogućnosti za zajednice lokalnog stanovništva. Organizacija ekoturizma se uglavnom sprovodi na lokalnom nivou, ali nije nemoguće da razvoj bude podstaknut i sa nekih drugih viših instanci. Na ovom mestu organizacija ekoturizma se analizira iz ugla politika i planiranja, lokalnih zajednica i marketinga ekoturizma.

### Politika i planiranje ekoturizma

U ekoturizam je neophodno ugraditi evoluirajuće ekološke paradigme i principe održivog razvoja. Od kraja 20. veka održivost turizma je počela da dominira unutar akademskog i privrednog diskursa. Međutim, dok je koncept održivosti dobro prihvaćen u turizmu, delovanje održivosti u odnosu prema razvojnim politikama i pristupima se pokazalo kao komplikovani proces (Wearing and Schweinsberg, 2019). Politika razvoja se kreira na različitim nivoima, od mikro (razmera lokacije), preko mezo (regionalne ili pokrajinske), do makro

skale (nacionalne, nadnacionalne ili globalne). Pored toga, postoje brojne grupe koje utiču na politiku, a u njih spadaju i grupe koje vrše pritisak (npr. udruženja turističke privrede), grupe za zaštitu prirode, grupe u lokalnoj zajednici, lideri lokalnih zajednica i značajni pojedinci (npr. odbornici lokalnih vlasti i portparoli grupa), državni službenici i predstavnici vladinih organizacija (npr. zaposleni u turističkim odeljenjima i regionalnim odborima i članovi parlamenta), akademci i konsultanti. Pojmovi politika i planiranje su blisko povezani. Planovi obuhvataju strategije pomoću kojih se politike sprovode. Planiranje je predviđanje i stoga zahteva procenjenu percepciju budućnosti. Iako se oslanja na posmatranje i dedukciju iz zaključaka istraživanja, takođe se u velikoj meri oslanja i na neke ustanovljene vrednosti. Planiranje je deo celokupnog procesa: „planiranje – odlučivanje – akcije“ (Dowling and Fennell, 2003).

Razvoj planiranja ekoturizma mora proistići iz osnovnog procesa planiranja ekonomije i turizma, unutar države, i prema nekim preporukama njegovi osnovni koraci obuhvataju sledeće elemente:

- **Priprema studije.** Uključuje procenu tačno određene vrste neophodnog planiranja i pripremu projektnog zadatka.
- **Određivanje ciljeva.** Ciljevi moraju odražavati opštu politiku ili strategiju ekoturizma nacionalne ili regionalne vlade i uključiti razvojne prioritete, vremenska razmatranja, nasleđe, marketing i godišnji rast turizma (Prilog 16).
- **Istraživanje.** Mora se izvršiti potpuna procena i inventar postojećih resursa, posebno u vezi sa osnovom atrakcija i resursa. Krajnji cilj inventarisanja je povezivanje turističkih atrakcija sa različitim tržišnim segmentima i oblicima razvoja.
- **Analiza i sinteza.** Ovaj korak uključuje proučavanje istorijske pozadine turizma u regiji, analizu ograničenja za razvoj, pravna pitanja i razmatranja upravljanja rizicima, finansiranje, poreske olakšice, zaštitu kulturnih i prirodnih odlika i druge ekonomske varijable (npr. doprinos bruto društvenom proizvodu i komplementarnost sa ostalim sektorima privrede).
- **Formulisanje politike i plana.** Na osnovu analize i sinteze, politike moraju biti strukturisane tako da odražavaju ekonomske, društvene i ekološke potrebe regije. Trebalo bi razviti i alternativne politike kako bi se procenilo kako se svaka od njih uklapa u opštu razvojnu politiku države, iz koje se razvijaju i konačne politike razvoja u oblastima infrastrukture, ljudskih resursa, saobraćaja i međusektorske koordinacije.
- **Preporuke.** Rezultat je plan koji ukazuje na turističke atrakcije, područja razvoja turizma, saobraćajne veze, rute obilaska i standarde dizajna i objekata. Takođe, upućuju se preporuke za implementaciju, zoniranje, planove korišćenja zemljišta u budućnosti, ostvarivanje ekonomske koristi, obrazovanje i obuku, ekološke i društvene uticaje, podsticaje privatnog sektora i zakonodavstvo.
- **Implementacija i praćenje.** Pre implementacije, politike i opšti plan treba da budu revidirani i pravno ratifikovani. Trebalo bi uspostaviti zvanične periode za reviziju i razviti komitete ili druga nadležna tela kako bi se pomoglo u implementaciji ili usmeravanju implementacije razvoja turizma (Fennell, 2015).

Razvoj politike ekoturizma mora se nositi sa činjenicom da je turistička privreda raznolika, fragmentisana i dinamična. Nju je ponekada teško definisati i precizno odrediti. Dileme nisu samo akademske prirode, nego je i vladama teško da razvijaju politike razvoja u ovakvim okolnostima. Turističke politike su upletene u dinamičan, tekući proces i postaje sve očiglednije kako vlade intenzivno teže

## Prilog 16. Promenljiva politika vlada Australije u odnosu prema razvoju ekoturizma

Obim regulacije turističke privrede, kao važan aspekt vladine politike, postao je u jednom momentu bitno pitanje i u Australiji. Od kasnih osamdesetih godina 20. veka prisutna je težnja australijske vlade da dereguliše turističku privredu i to u pokušaju unapređenja usluga. Uprkos ovom trendu, značaj pitanja o životnoj sredini je doveo do povećanih zahteva za regulativom i zakonima, koji su u vezi sa njenom zaštitom. To se dešavalo i zbog tvrdnji da opstanak ekoturizma zavisi od regulative, posebno onog dela koji se tiče zaštite životne sredine. Drugim rečima, u Australiji je uočeno kako postoji potreba za povećanom regulativom u pogledu minimalizacije ekoloških posledica i promovisanja zaštite prirod-

nih potencijala. Odnosno, iz svega sledi da će budućnost turističke privrede ovde generalno biti okarakterisana smanjenom regulativom, dok će budući razvoj ekoturizma povećati takvu regulaciju, zasnovanu na njegovoj zavisnosti od životne sredine.

Australijska vlada je 1994. godine uspostavila Nacionalnu strategiju ekoturizma sa namerom da formuliše sveobuhvatni politički okvir za planiranje, razvoj i upravljanje ekoturizmom, kako bi doprinela postizanju održivog turizma u prirodnim područjima. Takva strategija naglašava važnost uloge vlade u uspostavljanju neophodnih smernica prema kojima se ekoturizam može razvijati i u skladu sa principima održiv-

vosti. Kroz formulisanje širokog okvira za promociju održivog ekoturizma, Savezna vlada Australije je potencijalno imala veliki uticaj u određivanju budućeg pravca razvoja ovog oblika turizma, a time i njegove održivosti. Međutim, od promene vlasti u Australiji nakon nacionalnih izbora 1996. godine, Nacionalna strategija ekoturizma nije promovisana niti priznata kao važeća strategija od strane nove vlade. U ovom slučaju, podrška vlade u sprovođenju strategije je povučena. Na osnovu takvih okolnosti neke države u Australiji su razvile sopstvene strategije ekoturizma ili turizma zasnovanog na prirodi (Wearing and Neil, 2009).

shvatanju turističke privrede, njenih uticaja i njene budućnosti, a na osnovu čega postavlja svoje mehanizme za intervenciju. U prošlosti su osnovne informacije o tokovima posetilaca i negativnim uticajima često izostajale, a u nekim državama i regijama takvi podaci su još uvek daleko od sveobuhvatnih ili čak tačnih. Drugim rečima, kvalitetne informacije o turističkoj privredi su ograničene, a prisutan je i elemenat neiskustva u formulisanju i implementaciji turističkih politika. Mnogo vladinih aktivnosti u turističkoj privredi je od skoro prisutno, što je suprotno u poređenju sa drugim tradicionalnim oblastima, kao što su ekonomija, industrija i socijalno blagostanje. Iz svega logično i sledi da se turističke javne politike uzimaju „ad hoc“ (Hall, 2003).

### Lokalne zajednice i ekoturizam

Pored zaštite prirode i ekonomskog prosperiteta, blagostanje lokalne zajednice, koja je uključena u projekte, jedan je od preduslova za održivo odvijanje delatnosti ekoturizma. Štaviše, angažovanje lokalne zajednice može biti efikasan put ka ostvarivanju ciljeva zaštite prirode i ekonomskog prosperiteta (Wang and Tong, 2012). Ekoturizam insistira na razumevanju i uvažavanju kako prirode, tako i različitih i autohtonih kultura, a takođe i njihove

vog uzajamnog odnosa. Kroz ovaj interaktivni proces posetilac i lokalno stanovništvo imaju iskustvenu korist. Lokalne zajednice mogu imati ekonomsku korist od ekoturizma, ukoliko imaju veću participativnu ulogu u turističkom procesu. Što je veći nivo lokalne kontrole nad turizmom u njihovoj sredini, to će i oni kao zajednica biti bliži kulturnoj održivosti (Wearing, 2001).

Princip lokalnog učešća, inače od posebnog značaja za primenu održivog razvoja u turizmu, može se lako promovisati, dok je praksa složenija. Postoje različiti tipovi učešća (Tabela 15) i svaki od njih nudi objašnjenje koje ga razlikuje od ostalih tipova. Osnova za ovu tipologiju su lokalne prilike, nejednaka raspodela moći između lokalnih i drugih interesnih grupa i različita tumačenja pojma participacija. Šest tipova učešća se kreću u rasponu od pasivnog, u kome praktično sva moć i kontrola nad razvojem leži na ljudima ili grupama izvan lokalne zajednice, do samopokretanja, u kojoj moć i kontrola nad svim aspektima razvoja ostaju direktno u lokalnoj zajednici. Ovaj drugi tip ne isključuje prisustvo spoljnih institucija ili konsultanata, ali su oni prisutni samo kao pokretači, a ne kao direktori i kontrolori razvoja (Mowforth and Munt, 2016).

Kao model lokalnog učešća u razvoju ekoturističkih projekata predlaže se sledeće:

**Tabela 15.** Tipologija učešća lokalne zajednice u turizmu

Tipologija	Karakteristike
Pasivno učešće	Stanovnici učestvuju tako što im se kaže šta je odlučeno ili šta se već dogodilo. Informacije koje se dele pripadaju samo spoljnim ekspertima.
Učešće pomoću konsultacije	Stanovnike konsultuju ili im odgovaraju na njihova pitanja. Proces ne podrazumeva donošenje odluka u lokalnoj sredini, a eksperti nisu u obavezi da uzimaju u obzir iznete stavove.
Kupljeno učešće	Stanovnici učestvuju u zamenu za hranu, novac ili druge materijalne podsticaje. Lokalno stanovništvo nema nikakvog interesa nakon što se podsticaji okončaju.
Funkcionalno učešće	Učešće koje spoljne agencije vide kao sredstvo za postizanje svojih ciljeva, posebno za smanjenje troškova. Stanovnici učestvuju kroz formiranje grupa kako bi ispunili unapred određene ciljeve.
Interaktivno učešće	Stanovnici učestvuju u zajedničkim analizama, izradi akcionih planova i formiranju ili jačanju lokalnih grupa ili institucija. Metodologije učenja koje se koriste u projekcijama određuju kako se koriste raspoloživi resursi.
Samopokretanje i povezanost	Stanovnici učestvuju tako što preuzimaju inicijative nezavisno od spoljnih institucija za promenu sistema. Oni razvijaju kontakte sa spoljnim institucijama zbog resursa i tehničkih saveta koji su im potrebni, ali zadržavaju kontrolu nad korišćenjem resursa.

Izvor: Mowforth and Munt, 2016.

- **Faza 1: Određivanje uloge lokalnog učesća u projektu.** Ovo podrazumeva procenu pomoći, koju lokalno stanovništvo može pružiti u postizanju postavljenih ciljeva i to kroz povećanje efikasnosti projekta, izgradnju kapaciteta i podelu troškova projekta.
- **Faza 2: Odabir istraživačkog tima.** Tim mora da angažuje široki multidisciplinarni pristup i da uključi ljude iz društvenih nauka i medija.
- **Faza 3: Sprovođenje preliminarne studije.** Političke, ekonomske i društvene prilike zajednice treba proučavati u kontekstu okruženja, iz postojećih dokumenata i drugih izvora (npr. ankete). Identifikacija i procena sledećeg je važna: potrebe, ključni lokalni lideri, mediji, posvećenost zajednice projektu, međusektorska uključenost, tradicionalno korišćenje zemljišta, karakteristike stanovnika zainteresovanih za projekat, uloga žena, vlasništvo nad zemljištem i kulturne vrednosti.
- **Faza 4: Određivanje nivoa lokalne uključenosti.** Uključenost na lokalnu se odvija duž kontinuumu od niskog do visokog intenziteta. Ovo se mora utvrditi, kao i određivanje momenta kada će se to dogoditi. U slučajevima kada vlada ne podržava lokalnu samoupravu, posrednici (npr. nevladine organizacije) se mogu koristiti za olakšavanje lokalnog učesća.
- **Faza 5: Određivanje adekvatnog mehanizma učesća.** Na to utiče nivo intenziteta učesća, suština postojećih institucija (npr. vlada, nevladine organizacije, grupe građana) i karakteristike lokalnog stanovništva (koliko su prodorni ili to nisu). Ova faza može podrazumevati razmenu informacija i konsultacije, koje obično imaju formu savetodavnog odbora građana, zajedno sa predstavnicima brojnih grupa unutar zajednice. Nadležna komisija je zadužena za ocenu ciljeva i zadataka ili drugih aspekata u vezi sa projektom.
- **Faza 6: Pokretanje dijaloga i obrazovnih napora.** Upotreba medija je važna u ovoj fazi kao sredstva za izgradnju konsenzusa kroz podizanje svesti javnosti. U ovom procesu mogu se angažovati ključni predstavnici zajednice. Tim za ekoturizam treba da objasni ciljeve projekta, kako će on uticati na zajednicu, vrednosti područja, hronologiju pretnji i dobiti od projekta. Različite audiovizuelne tehnike treba koristiti kako bi se naglasile ove smernice. Mogu se organizovati radionice ili javni sastanci, kako bi se identifikovale snage i slabosti projekta.
- **Faza 7: Kolektivno donošenje odluka.** Ovo je kritična faza koja objedinjuje sva istraživanja i informacije iz lokalne zajednice. Tim projekta za ekoturizam predstavlja zajednici rezultate svog istraživanja, zajedno sa akcionim planom. Od članova zajednice se traži da reaguju na plan, pri čemu je mogućí krajnji rezultat pokretanje foruma zainteresovanih strana. Kroz forum će tim i lokalno stanovništvo pregovarati, kako bi postigli konačni konsenzus o projektu.
- **Faza 8: Izrada akcionog plana i šeme implementacije.** U ovoj fazi, tim i zajednica razvijaju akcioni plan implementacije rešenja za identifikovane probleme. Na primer, ako članovi zajednice izraze potrebu za povećanjem životnog standarda, tim može da odgovori kupovinom njihove proizvedene robe i to po tržišnim cenama ili na osnovu ugovora. Slično ovome, mogu se kao rešenje videti i otvaranje prodavnica suvenira, angažovanje na istraživačkim poslovima, na zadacima upravljanja npr. zaštićenim područjima ili u privatnim kompanijama za dobavljanje robe ili usluga. Lokalni akcioni plan se zatim mora integrisati u širi master plan projekta.
- **Faza 9: Monitoring i evaluacija.** Proces praćenja i evaluacija, iako se zanemaruju, trebalo bi da se dešavaju često i dugoročno posmatrano. Ključ evaluacije je da se otkrije da li su ciljevi postavljeni na početku životnog ciklusa projekta ostvareni ili to nije postignuto (Drake, 1991).

Opet se može zaključiti kako organizacija ekoturizma potencira lokalno učesće. Ovde se nalazi glavni argument za isticanje značaja zajednica lokalnog stanovništva u ekoturističkoj privredi. Lokalna zajednica ima ključni značaj u rešavanju problema ekološkog i kulturnog razvoja bez opasnih posledica. Lokalni nivo je najprikladnija jedinica za razvoj u smislu čovekovog blagostanja. Zato je važno da se ne do-

godu da neka centralna vlast ostvari najveću ekonomsku korist od, na primer, stranih ulaganja, već to moraju biti lokalne zajednice. One treba da su stavljene u prvi plan kao i njihov interes. Stav o značaju razvoja na lokalnom nivou je u suprotnosti sa razvojem velikih razmera, koji ima velike šeme i koji predlaže modernizaciju i transformaciju izvan lokalnog nivoa. Razvoj lokalnih zajednica, kakav se potencira u ekoturizmu, zato se još označava kao „dobar“ i „više održiv“ u poređenju sa onim koji zahvata šire prostorne jedinice od lokalnih (Butcher, 2007).

### Marketing ekoturizma

Da bi se uspostavila najbolja praksa za marketing ekoturističke destinacije važno je naglasiti neophodnost njegovog holističkog pozicioniranja. Marketing mora biti saglasan sa interesima različitih grupa u zajednici i drugim razvojnim programima (Wearing and Neil, 2009). S obzirom na to da je karakterističan za države u razvoju, ekoturizam prepoznaje šansu u marketingu kao alatu za probijanje na narastajućem tržištu prirodnog i ekoturizma. Postoje dva stuba efikasnog marketinga u ekoturizmu: turističke atrakcije (npr. biodiverzitet, jedinstvene geografske odlike i kulturna istorija) i turistička infrastruktura, koja podržava ekoturističku privredu. S obzirom na to, agencije treba da preduzmu neophodne marketinške akcije kako bi privukle turiste. Važno je privući pravu klijentelu, gde spadaju „rođeni“ ekoturisti (oni koji imaju ugrađenu predispoziciju prema prirodi i putovanjima u priro-

du) i „kreirani“ ekoturisti, za koje se smatra da predstavljaju latentnu potražnju, koji mogu biti privučeni efikasnim marketingom. Zato se još ističe kako je osnovni pristup ka marketingu ekoturističkog proizvoda moguće trasirati kroz: (1) identifikaciju karakteristika željene grupe; (2) odgovarajuće oglašavanje; (3) pažljivo kreiranje reklamne poruke i (4) razvoj mejling liste (Fennell, 2015). Najzad, za marketing ekoturizma je bitno i to da je relativno novo ekoturističko poslovanje fokusirano na „pojedinačnu aktivnost“ u „pojedinačnom geografskom području“. Da bi se identifikovalo tržište u takvom okruženju, nadležni moraju da odgovore na nekoliko narednih pitanja. Prvo, ko u ovoj oblasti želi da se bavi ovom delatnošću. Drugo, da li mogu to sami ili u saradnji sa nekim drugim preduzećem. Treće, koliko ima potencijalnih kupaca i koliko su spremni da plate. Četvrto, kako nova preduzeća mogu da identifikuju nove kupce, kontaktiraju ih i dobiju marketinške informacije od njih (Buckley, 2009).

Jedan od načina da se podstaknu rezultati ekološki prihvatljivog marketinga u ekoturizmu podrazumeva usklađivanje niza širokih principa održivosti sa marketinškim strategijama. Ovi principi su poznati kao 5R održivog marketinga i podrazumevaju sledeće smernice: odgovorno (responsible), realno (realistic), regionalno (regional), posvećeno uzajamnim odnosima (relationships) i naklonjeno istraživanju (research) (Tabela 16). Principi 5R, koji su ranije primenjivani u razvoju održivih turističkih marketinških strategija na području nacionalnih parkova, zasnovani su na premisi da, iako zaštita životne sredine mora biti osnovni

**Tabela 16.** 5R principi u marketingu održivog turizma

Princip	Opis vodećeg principa
Odgovorno (responsible)	Održivi marketing treba etički osmisliti tako da se zaštita životne sredine ističe kao osnovna aktivnost.
Realno (realistic)	Marketing treba da se odvija na način koji podrazumeva realne slike i informacije, upućene aktuelnim i potencijalnim posetiocima.
Regionalno (regional)	Održivi marketing treba osmisliti tako da je koristan u regionalnom kontekstu.
Odnosi (relationships)	Odnosi i uzajamna saradnja (npr. upravljači, privreda i zainteresovane strane) unutar zajednice moraju biti od koristi svima koji su angažovani.
Istraživanje (research)	Istraživanje je temelj održivog marketinga. Tržišno okruženje pruža obilje podataka, koji su potrebni u donošenju odluka.

Izvor: Wearing and Schweinsberg, 2019.

standard svih marketinških strategija, postoji niz nezavisnih varijabli koje su predvođene lokalnim uslovima. Kada se koristi na odgovarajući način, 5R model predviđa poštovanje propisanih standarda, a najzad ističe i prepoznavanje važnosti društvenih i ekoloških uslova u marketinškim strategijama (Wearing and Schweinsberg, 2019).

Ekološki marketing, koji se povezuje sa ekoturizmom, razlikuje se od tradicionalnog marketinga, jer se odnosi na promociju proizvoda i usluga sa pozitivnim ekološkim ishodima i to sve usmereno ka potrošačima koji brinu o životnoj sredini. Bilo bi naivno misliti kako organizacije koje se bave ekološkim marketingom nisu motivisane sticanjem profita, ali to nije jedino merilo njihovog uspeha. Podjednako se teži i drugim rezultatima, kao što su dugoročna zaštita životne sredine i zadovoljstvo turista. Ekološki marketing vodi računa o stimulaciji potražnje i to na sledeći način – ako je neki proizvod štetan po životnu sredinu, stimulacija potražnje se snažno obeshrabruje. Ovo je od fundamentalnog značaja za ekoturizam, jer sve više turista odustaje od tradicionalnog odmora i umesto toga biraju iskustveniji ekoturistički proizvod. Masa turista će stvoriti potražnju i ona će biti zadovoljena kao i u običnoj konvencionalnoj ponudi. Opasnost je sadržana u tome što potrebe i snabdevanje ne mogu zadovoljiti mali operateri koji brinu o životnoj sredini, već turistički operateri tipični za ma-

sovni turizam, sa malo razumevanja ili brige za životnu sredinu (Wearing and Neil, 2009).

U vezi sa tzv. ekološkim marketingom može biti i pojava ekomanipulacije (greenwashing), kada neke kompanije, čak i u tzv. ekoturizmu, namerno koriste pojmove poput „održivo“ kako bi stvorile lažni utisak o ekološkoj i društvenoj odgovornosti. Ova opasna pojava vodi ka stvaranju percepcije o održivom turizmu i ekoturizmu kao diskreditovanom, ciničnom i ispraznom klišeju (Weaver, 2006; Wight, 2007; Weaver and Lawton, 2014).

Pored principa ekološkog marketinga, ekoturizam zahteva i primenu principa socijalno prihvatljivog marketinga. Socijalni marketing se generalno definiše kao kreiranje, implementacija i kontrola programa koji su u stanju da utiču na prihvatljivost društvenih ideja i koji podrazumevaju razmatranje planiranja proizvoda, cene, komunikacije i istraživanja tržišta. Njega praktikuju uglavnom vladine agencije i nevladine organizacije, ali se kao komercijalni element koristi i za stvaranje pozitivnog imidža firme, brenda ili proizvoda. Socijalni marketing ima veliki potencijal, ali je malo istražen kao koncept u praksi turizma i ekoturizma. Njegov dvostruki fokus na zadovoljstvo potrošača i dobrobit zajednice trebalo bi da bude od posebnog interesa za ekoturizam, koji teži poboljšanju društvenih, ekoloških i ekonomskih uslova u lokalnim zajednicama destinacije (Wearing and Neil, 2009).

## EKOTURIZAM U PRAKSI –

### PRIMENA PRINCIPA EKOTURIZMA U DESTINACIJAMA SVETA

Ekoture zajednički i tradicionalno organizuju brojne i globalno poznate organizacije za zaštitu prirode i životne sredine. Njihov glavni cilj je povećanje broja onih pojedinaca koji su svesni problema zaštite. Kroz posete zaštićenim prirodnim dobrima organizacije vide i rezultate aktuelnih programa zaštite prirode, dostignuća i primenu ekoloških rešenja. Ekoturizam tako ima izvanredan potencijal u zaštiti prirode. Putovanja su, zatim, izvor značajnih novčanih prihoda kojima se pune budžeti dotičnih organizacija, a iz kojih se kasnije finansiraju programi za zaštitu prirode. Mnoge od organizacija, kao što su Svetski fond za prirodu

i Međunarodno udruženje za zaštitu (Conservation International), učestvovala su u otplati duga, uglavnom država Trećeg sveta, u zamenu za očuvanje prirodno izvornih područja. Ta područja su neretko postajala novoproglašeni nacionalni parkovi, sa veličanstvenim prirodnim potencijalima. Slično ovome, neke države su dale obećanje da će povećati površine pod nekim vidom zaštite prirode. Aktivnosti su postigle uspeh u Latinskoj Americi i Aziji. Kao primer može da posluži dogovor između Bolivije i Međunarodnog udruženja za zaštitu, koji obavezuje udruženje da otkupi 650.000 dolara duga ove države, dok je ona u obavezi da

ustupi određenu površinu za proširenje Rezervata biosfere „Beni“ u srcu Amazonije. Efekat akcija se pokazao kao dobar za ekoturizam, a slični programi su realizovani i u drugim delovima sveta (McIntosh et al., 1995).

### Latinska Amerika

Latinska Amerika je u prethodnom periodu predstavila globalnom turističkom tržištu neke od najuspešnijih primera razvoja ekoturizma, premda je udaljena od glavnih turističkih tokova u svetu, a posebno kada je reč o Južnoj Americi. Razvoj ekoturizma je ovde, od početaka u devedesetim godinama 20. veka, bio povezan sa rešavanjem problema zajednica lokalnog stanovništva i demonstrirao je gotovo uvek njihovu čvrstu vezu sa prirodom.

Mala grupa Huaorana, urođenika sa Amazona, sagradila je kolibu nedaleko od svog sela sa krovom od palminog lišća za osam ljudi. Pošto su u strahu da bi veliko prisustvo turizma moglo da poremeti tradicionalan način njihovog života i unese neželjene potrošačke navike, Huaorani primaju samo jednu grupu turista mesečno i to na dva do šest dana. Posetiocima se poklanja puna pažnja. Tokom prvog susreta za svakog posetioca se plaća prenoćište poglavici i novac se deli na jednake delove za svaku porodicu. Plata za različite vrste poslova (posao vodiča, održavanja, upravljanje kanuom) izračunava se tako što se udvostruči iznos koji bi osoba zaradila kao radnik u naftnoj kompaniji. Huaorani u toku trajanja turističkog aranžmana uče ekoturiste da prepoznaju lekovite biljke, upućuju ih u ekologiju tropske šume, u njihovu duhovnu povezanost sa okruženjem i podučavaju ih lokalnim zanatima. Na kraju putovanja posetioci se pozivaju da utiču na ljude u svojim zemljama kako bi postali svesni napora Huaorana da odbrane svoju zemlju i kulturu. Slično ovome, dobar primer u Venecueli kombinuje masovni turizam sa ekoturizmom. Jedna od ovdašnjih domorodačkih grupa, Pemoni, prima dnevno i do sto turista, koji dolaze avionom iz odmarališta sa ostrva Margarita. Njihov cilj je najveći vodopad na svetu – Angel. Pemoni su sagradili i selo, udaljeno sat hoda od njihovog, sa deset tradicionalnih koliba za prenoćište. Prihodi od turizma koriste se za izgradnju škole,

ambulante i za dopunjavanje državnih subvencija koje su sve manje (Blanži, 2000). Ovi primeri dokazuju značaj ekoturizma, naročito u prvom slučaju, jer on predstavlja alternativu drugim privrednim delatnostima sa dalekosežnim posledicama. Ekoturizam ovde skreće pažnju svetskoj javnosti na probleme u vezi sa naftnom industrijom u ekološki vrednim područjima. Huaorani su dobili nagradu za najbolji ekoturistički proizvod na sajmu turizma u Berlinu 1998. godine.

Ekoturizam na pacifičkoj obali Meksika (država Mičoakan), pokrenuli su biolozi sa jednog državnog univerziteta i to u cilju zaštite morskih kornjača. Do tada su jedinke ove vrste, koje na Zemlji žive možda već 150 miliona godina, bile ozbiljno ugrožene zbog ilegalnog lova, nedozvoljenog sakupljanja jaja i ubijanja odraslih primeraka i to zbog mesa, oklopa, ulja i kože. Nadležni su pokrenuli 1982. godine kamp u ribarskim selima Kolola i Maruati, u vreme kada je 90% jaja ove vrste bilo ilegalno prikupljano. Grupa stručnjaka je na vreme shvatila da će projekat uspeti jedino ako se za lokalno stanovništvo pronađe alternativni izvor zarade. Ekoturizam je bio jedna od tih alternativnih opcija. Prepoznato je da lokalno stanovništvo mora biti aktivno uključeno u sve projekte. Tako su bivše lovokradice počele da patroliraju obalama sa zadatkom očuvanja staništa. Patrolama su se priključili i istraživači. Predvođene grupama ekoturista, lokalne zanatlije su počele na tržnicama da plasiraju tekstilne proizvode i keramičke rukotvorine. Zarada od ekoturizma je poboljšala socio-ekonomske prilike zajednice lokalnog stanovništva, a populacija kornjača je dobila novu i izvesniju budućnost. Ipak, nije sve prošlo bez problema. Turisti koji nisu dobro upućeni podstiču negativne uticaje zbog bliceva fotoaparata, gužve, buke i ometanja ženki u polaganju jaja. Organizatori savetuju sve posetioce da se pažljivo pridržavaju normi ponašanja koje im saopštavaju lokalni vodiči. Slične ekoture na temu razgledanja staništa kornjača su prisutne i u ostalim delovima Tihog okeana, Atlantskog okeana i Karipskog mora (Marshall, 1995).

Turizam je jedna od najznačajnijih privrednih delatnosti u Kostariki. Sa 800.000 posetilaca u toku godine, ova delatnost je još polovinom devedesetih godina 20. veka ostvarila veći

prihod od onoga koji je doneo uzgoj kafe i banana, kao najznačajnijih poljoprivrednih kultura u ovoj državi. Upravo u Kostariki prvi put se u ponudi pojavilo razgledanje gornjih spratova tropskih kišnih šuma i to iz uspinjače. Krajnji cilj ovakve ponude je bilo pokretanje kvalitetnog ekoturizma, koji je zainteresovanim posetiocima ponudio saznanje o ekologiji tropskih šuma i koji je zaposlio lokalno stanovništvo. Zahvaljujući tome što je deo kopnenog mosta između Severne i Južne Amerike, koji je tokom geološke prošlosti poslužio kao migratorni koridor brojnim vrstama, Kostariku odlikuje izuzetno bogatstvo biodiverziteta što je značajno uticalo i na proglašavanje velikog broja nacionalnih parkova. U državi posluje više od 1.000 ekokonačišta sa najraznovrsnijim vidovima turističke ponude, uključujući tu razgledanje koralnih grebena, obilazak farmi leptira, angažovanje na projektima pošumljavanja, uzgajanje lekovitog bilja u namenskim baštama i zaštitu močvarne vegetacije. U Nacionalnom parku Tortuguero, na obali Karipskog mora, turisti mogu da odaberu angažovanje na projektima koji su posvećeni zaštiti tropskih ptica i morskih kornjača. Za one koji su više skloni rekreaciji, u ponudi su i planinarjenje, trčanje pored reke, kupanje ispod vodopada ili jahanje. Posetiocima se savetuje da u Kostariku putuju sa onim turoperatorima koji slede principe ekoturizma, rade u duhu očuvanja prirode i sarađuju sa lokalnim stanovništvom (Tourtellot, 1996). Pošto pretenduje na poziciju globalnog lidera u održivom turizmu, ova država nudi rešenje za njegov razvoj kroz primenu Sertifikata za program održivog turizma (Certification for Sustainable Tourism Program – CST). Kroz taj program nadležne institucije Kostarike klasifikuju i sertifikuju turističku privredu i teže modelu održivosti za bolju praksu upravljanja prirodnim, kulturnim i društvenim resursima u zemlji.

Nakon 2007. godine na turističko tržište se opet vratila Kolumbija, posle ozbiljnih i traumatičnih posledica, koje su doneli terorizam i krijumčarenje droge. Pod sloganima „Kolumbija je strast“ i „Rizikujete samo ako ne dođete“, Kolumbija promovira i prezentuje proizvode prirodnog i ekoturizma. To su aktivnosti koje se uglavnom realizuju u nacionalnim parkovima i ostalim zaštićenim područjima ove

zemlje. Najzastupljenije su: posmatranje ili istraživanje biljnog i životinjskog sveta, šetnja pešačkim stazama, foto-safari, posmatranje ptica, posmatranje leptira, a zatim i druge. Drugačija i usko specijalizovana ponuda prisutna je pod sloganom „Jedna destinacija, dva sveta za otkrivanje“, koja obuhvata istraživanje vodenog sveta Karipskog mora i Tihog okeana.

Tokom 1998. godine u Nikaragvi, na poluostrvu Kosiguina, otpočela je realizacija programa koji je osmislila lokalna ekološka organizacija – SELVA (Somos Ecologistas en Lucha por la Vida y el Ambiente / Mi smo ekolozi koji se bore za život i životnu sredinu). Sve je poteklo od toga što je u lokalnoj studiji izvodljivosti razvoja turizma zaključeno i to da su problemi ruralnog područja sledeći: nedostatak pijaće vode, sistema kanalizacije i električne energije u većem delu regije (sa čak 130 sela), zastarelost saobraćajnog sistema i okruženje opšteg siromaštva. Ipak, regija poseduje ekoturističke atraktivnosti. One obuhvataju vulkan Kosiguina, pristupačan samo u pešačkim turama; termalne vode; ribolovne revire; krstarenje po Foncesa zalivu; izvanredno očuvanu obalu i još uvek relativno očuvanu prirodu uprkos trendu krčenja šuma. Takođe, istaknuto je da razvoj turističkih usluga mora napredovati polako, sa pažljivim uključivanjem lokalnog stanovništva i uz izbegavanje potencijalnih sukoba između angažovanog dela zajednice i onoga koji to nije. Turistička ponuda ne poseduje uobičajene sadržaje za zabavu stranih turista, a razvoj turizma je podstakao izgradnju vizitorskog centra čija je arhitektura izvedena u lokalnom stilu (Mowforth and Munt, 2003).

## Afrika

Ekoturizam u afričkim državama je od značaja i zbog toga što motiviše lokalno stanovništvo u rešavanju problema zaštite prirode i to u područjima od globalnog značaja. Teško da bi u nekoj drugoj situaciji društvo koje živi u siromaštvu bilo zainteresovano za akcije očuvanja prirode. Prihodi od ekoturizma strogo se koriste za zaštitu prirodnih predela i divljeg sveta. Da bi projekti ekoturizma uspeali i ovde se vodi računa o obezbeđivanju kvaliteta turističkog doživljaja, promociji zaštite prirode i angažovanju lokalnih zajednica.

Kenija je, verovatno, jedna od najstarijih destinacija prirodnog turizma. Kao oblik turizma, on je dodatno afirmisan početkom osamdesetih godina 20. veka. Danas se zarada od turizma u zaštićenim područjima ove države broji u vrednosti više stotina miliona dolara, što je značajan podsticaj u privrednom razvoju. Ipak, neki problemi su i dalje prisutni. Zaštićena područja su pod pritiskom zbog nedostatka izvora finansiranja, krivolova i neprimerenog korišćenja resursa. Izuzetan napor kenijske vlade ublažio je mnoge od ovih problema, ali prekomeran broj turista u nekim situacijama izazvao je pravu pustoš. Pošto se ne pridržavaju puteva i pravila ponašanja, vozila za obilazak uznemiravaju životinje i degradiraju vegetaciju. Da bi više zaradili, turoperatori često nude siromašne doživljaje u kojima se vozila kreću na malim razdaljinama od ekokonačišta, pa su i sami turisti prilično nezadovoljni. Nažalost, u nekim državama Afrike, poput Zimbabvea, turistima se pružala mogućnost da idu u lov na slonove i to je promovisano kao „lovni ekoturizam“. Štaviše, ovakvi turistički proizvodi navodno podržavaju zaštitu prirode, jer ostvaruju prihod od „uklanjanja“ jedinki unutar onih vrsta koje su prenamnožene. Ironično, ali proizvodi koji su radili na ovakvim aktivnostima su čak razvijali i plan uključivanja lokalnih zajednica. Zbog neprimerenog razvoja ekoturizma, turistima koji su putovali u Afriku, podstaknuti njenim prirodnim vrednostima, savetovano je da obrate pažnju u postupku izbora turoperatora, da li imaju lokalnu licencu, kao i višegodišnje iskustvo. Pozitivna iskustva su zabeležena u Bocvani, Zambiji, Južnoj Africi i Namibiji. Ipak, Gana je bila prva zapadnoafrička država sa kvalitetno vođenim ekoturizmom. U saradnji sa međunarodnim organizacijama, ova država je promovisala Nacionalni park „Kakum“, sa značajnim arealima tropskih kišnih šuma i gde su dobro obeležene staze, a lokalni vodiči obučeni. Prva instalirana uspinjača u Africi, upravo na teritoriji Gane, za osmatranje gornjih spratova šuma i koja nije uznemiravala životinje, dodatno je oplemenila turističku ponudu ekoturizma (Tangley, 1995).

Jedan od najčešće pominjanih primera o tome kako se turizam može koristiti kao alat u zaštiti prirode je i onaj iz Ruande, u centralnoj Africi. Nacionalni park „Volkanos“ je stani-

šte za 300-650 planinskih gorila, što je značajan deo u njihovoj ukupnoj populaciji. Ova vrsta je posebno bila ugrožena od krivolovaca i to zbog izvoza životinjskih šaka na Bliski istok, od čega su izrađivane pepeljare kao bizaran vid suvenira. Takođe, zadiranje poljoprivrede je dovelo do značajnog uklanjanja staništa. Gorile su popularizovane igranim filmom Gorile u magli, o životu Dajan Fosi (Dian Fossey), koja je bila aktivni istraživač i čuvar gorila, što je na kraju rezultiralo njenim ubistvom. Nema sumnje da je film pomogao razvoju turizma u nacionalnom parku. Turističke posete kontroliše Kancelarija za turizam u Ruandi, a deo prihoda ostvarenog od turizma ide i agencijama za zaštitu prirode. Posetioce u malim grupama, najviše osmoro, izvode dobro obavešteni lokalni vodiči, kako bi videli i doživeli prirodno stanište u gustim bambusovim šumama. Projekat se pokazao kao finansijski uspešan, od ključne koristi za lokalno stanovništvo, koje je zauzvrat aktivnije zainteresovano za zaštitu prirode. Međutim, građanski rat u Ruandi između 1990. i 1994. je, nažalost, doveo do zastoja poseta. Kada je 1994. oko 750.000 izbeglica bežalo iz Ruande u Zair (danas Demokratska Republika Kongo), desetine hiljada ljudi dnevno je prolazilo kroz nacionalni park, donoseći sa sobom svoje domaće životinje i lične stvari. Mnogi su ovde pronašli utočište, što je za gorile predstavljalo posebnu opasnost, a pojavili su se i problemi postavljanja nagaznih mina i izlova, kao odgovor na unosno crno tržište mesa koje se razvilo usled gladi (Holden, 2008).

### Severna Amerika

SAD imaju razvijenu mrežu nacionalnih parkova od kojih najveći broj može biti uzor gotovo svim nacionalnim parkovima sveta i to kada je reč o zaštiti prirode, interpretaciji prirodnih vrednosti i razvoju turizma. U dugoj tradiciji zaštite prirode u ovoj državi su bili angažovani, još na kraju 19. i početku 20. veka, čak i državnici poput predsednika Teodora Ruzvelta (Theodor Roosevelt). Nacionalna geografija (National Geographic) je 2012. godine proglasila Nacionalni park „Teodor Ruzvelt“, na čijem prostoru je slavni predsednik bio posvećen očuvanju prirode, za jedno od deset najboljih mesta za ekoturizam u regiji Velikih ravnic.

Zbog svojih aktivnosti, posvećenosti prirodi i ljubavi prema okruženju, Teodor Ruzvelt se i danas analizira kao jedan od prvih ekoturista u SAD (Wearing and Schweinsberg, 2019).

SAD se ističu i prema načinu na koji se u ovoj državi proučava ekoturizam, što isto tako svedoči o važnosti ove privredne grane. Istraživači su još devedesetih godina 20. veka došli do zaključka da je ekoturizam brzo uspeo da zainteresuje veliki broj turista posvećenih prirodi, obrazovanju, avanturi i aktivnom odmoru. Istraživanja koja je tada sproveo Američki centar za podatke o putovanjima (U.S. Travel Data Center) pokazuju da je preko osam miliona Amerikanaca učestvovalo u programima ekoturizma početkom poslednje decenije 20. veka. U organizaciji tih putovanja je bilo angažovano preko 300 kompanija. Na osnovu realizovanih aktivnosti zaključeno je kako su upečatljivi primeri ekoturizma: (1) avanturistička putovanja, koja zahtevaju određeni fizički napor, poput vožnje bicikla, splavarenja, pešačenja u prirodi, kajakarenja i (2) ekološka putovanja, koja u centar stavljaju svest o neophodnosti zaštite prirode i aktivnosti poput obnavljanja šuma, posmatranja ptica, kao i ture koje su upućene na očuvanje staništa.

Inventivnost turističke ponude ekoturizma ogleđa se u brojnim i raznovrsnim aktivnostima širom Severne Amerike. Turistička ponuda putovanja baziranih na prirodi toliko je postala raznovrsna i bogata da se u ponudi nalazi i osmatranje staništa, ekosistema i predela u nijansama različitih godišnjih doba. Jesenji programi, zasnovani na posmatranju opadajućeg lišća (leaf-watching), nude posebna iskustva u otkrivanju prirode tokom ovog godišnjeg doba. Turistička ponuda utoliko je interesantnija, tvrde organizatori, turisti i putopisci, jer predstavlja kombinaciju umetnosti i nauke, koja turistima omogućuje bolje poznavanje prirodnih ciklusa. Simbol ovakvog turizma je javor, čiji se značajni areal nalazi u Vermontu i u južnom delu Kvebeka. U kombinaciji sa selima i farmama, ponuda ovog tipa toliko je postala atraktivna da Vermont, sa oko 570.000 stanovnika, poseti milion turista tokom trajanja šestonedeljne jesenje turističke sezone. Ponuda, naravno, ne obuhvata samo razgledanje, već i čitav niz turističko-rekreativnih aktivnosti poput biciklizma, pešačenja, planinarenja,

splavarenja i fotografisanja. Turizam posmatranja prirode u jesenjem koloritu je popularan u Koloradu, Mejnu, Mičigenu, Nevadi, Njujorku, Severnoj Karolini i već spomenutim Kvebeku i Vermontu (Tourtellot, 1997).

## Evropa

Evropa je, pored masovnog turizma na Mediteranu i u Alpima, prvenstveno poznata po ruralnom turizmu, koji se isto tako odvija u prirodnim predelima ili u njihovoj blizini, pa je i iz te perspektive na ovom kontinentu bliska koncepcija turizma zasnovanog na prirodi. Evropa je poznata i kao emitivno područje ekoturista koji putuju u ekodestinacije Latinske Amerike i Afrike, ali pre svega ima dobro organizovana zaštićena prirodna dobra u kojima je turistička ponuda razvijena. U Evropi se razvija i prirodni turizam ili ekoturizam, prema principima kakvi su zastupljeni u najpoznatijim destinacijama sveta, zasnovan na posmatranju vrsta i staništa. U tome je posebno prepoznatljiva Severna Evropa, koja je i globalno poznata kao destinacija posmatranja kitova (Prilog 17).

U istočnom delu Centralne Evrope postoji tendencija povezivanja ponude ekoturizma sa rezervatima biosfere. Takva praksa je prisutna u mađarskom Rezervatu biosfere Agtelek i češkom Rezervatu biosfere Trebensko. Prvi je proglašen 1979. godine u severoistočnom delu države. Dva sela se nalaze unutar rezervata (Agtelek i Josavafo), a čak 18 je smešteno na njegovoj granici. Unutar kultivisanih površina uobičajeni predeli obuhvataju polja pod žitaricama, stare voćnjake i vinograde. Glavni problemi rezervata su nestanak tradicionalne proizvodnje i smanjenje broja stanovnika, a prisutno je i povećanje udela starog stanovništva, opadanje kvaliteta u zdravlju, obrazovanju i ostalim javnim uslugama. Izlaz iz ovakve situacije traži se u primeni smernica menadžment plana koji, između ostalog, zahteva prezentaciju kulturne baštine kroz promociju tradicionalnih rukotvorina i ruralnog turizma u regiji. Trebensko je proglašeno za rezervat biosfere 1977. godine u južnom delu Češke, na granici sa Austrijom. U centru rezervata se nalazi grad Trebon (9.000 stanovnika), sa znamenitom arhitekturom i specijalnim statusom banjskog mesta u kome se koristi lekovito blato. Ovo po-

## Prilog 17. Posmatranje kitova u Severnoj Evropi

U Norveškoj i na Islandu je prisutna višedecenijska tradicija ekoturizma čija glavna aktivnost je posmatranje kitova. Počeci takvog oblika turizma su u Norveškoj zabeleženi u drugoj polovini osamdesetih godina 20. veka, nakon što je 1986. godine, u Andenesu na krajnjem severu, nastupio petogodišnji zabran lova na kitove i pošto su bivši lovci pronašli novi posao u aktivnostima posma-

je i više nego izvesno da je lov značajno ugrozio ekoturizam Islanda. Udruženje za zaštitu kitova i delfina (Whale and Dolphin Conservation – WDC) je ukazalo na to da privreda izlova kitova i posmatranja ovih životinja ne mogu da koegzistiraju jedna pored druge, pošto je izlov obavljan čak i u neposrednoj blizini brodova za turističko posmatranje. Ovde se može primetiti da je tvrdoglavo

loškoj serifikaciji (npr. Vakin [Vakinn] i Plava zastava [Blue flag]).

Organizatori putovanja polaze od saznanja da su kitovi divlje životinje i da bi ih bilo moguće posećivati i u budućnosti, kako ističu, neophodno je biti strpljiv i uputiti im poštovanje. Pokušaji približavanja uvek zavise od samih životinja i to je osnovno načelo u nastojanju da se minimalizuje njihovo uznemirava-



▲ Slika 43. Posmatranje kitova na Islandu – A. brod sertifikovan Plavom zastavom; B. biletarnica u Rejkjaviku za prodaju aranžmana; Foto: V. Stojanović

tranja ovih životinja. Dve godine kasnije došli su i prvi posetioци spremni da plate za aktivnosti ekoturizma, a onda se otpočelo i sa realizacijom planova otvaranja turističkog centra za interpretaciju. Norveška je danas jedna od najrazvijenijih destinacija za posmatranje kitova i država u kojoj se specifično kombinuju istraživanja u vezi sa ovim životinjama i ekoturizam (Cruz-Modino and Co-sentino, 2022).

Analiza posmatranja kitova na Islandu se stavlja u ravan sa izlovom ovih životinja. Lov na kitove u istraživačke svrhe u ovoj državi je dozvoljen od 2003. godine, ali u određenim granicama i u komercijalne svrhe i to od 2006. Nakon toga, grana turizma zasnovana na posmatranju kitova je opala za 90%, pa

odbijanje Islandana u odricanju od starih navika ekonomski kontraproduktivno, jer današnji lov na kitove nema ekonomski značaj i to se u budućnosti neće promeniti.

Postoji nekoliko zona za posmatranje kitova na Islandu uključujući i atlantske vode u okolini Rejkjavika i Husavika. Aktivnosti u vezi sa organizacijom ovih turističkih sadržaja skoro uvek nose oznaku održivih i ekološki nastrojenih prema okruženju, što podrazumeva primenu mera za postizanje ugljenične neutralnosti. Brodovi su energetske efikasni i podrazumevaju pokretanje na električni pogon, dok je reciklaža svih korišćenih materijala i resursa na zapaženom nivou. Da bi uverili turiste u svoje dobre namere, kompanije se često izlažu eko-

nje. Ovakvo pravilo u etičkom kodeksu, kojeg se organizatori putovanja pridržavaju, zavisi i od mnogih drugih varijabli: vremenskih prilika, broja jedinki, dostupnosti plena, mladih, ponašanja životinja i slično. Razvijene su tri zone prisustva brodova u odnosu na mesto prisustva samih životinja: zona istraživanja (najudaljenija je, između 3.000 i 300 metara od životinje i to je područje u kome je neophodno usredsrediti pažnju i smanjiti brzinu), zona približavanja (između 300 i 50 metara udaljenosti, dodatno smanjenje brzine i ograničen broj plovila) i zona opreza (do 50 metara udaljenosti, zaustavljanje propelera). Najzad, ustanovljena je i zona u kojoj nema direktnog pristupa, ispred životinje i u pravcu njenog kretanja.

druže je od posebnog značaja za faunu ptica, jer obuhvata čak 20 malih zaštićenih područja – prirodnih rezervata ili spomenika prirode od nacionalnog ili regionalnog značaja. Među zastupljenim prirodnim predelima nalaze se i vlažna staništa, plavne ravnice, vlažne livade i pešćane dine. Nažalost, rezervat je bitno ugrožen upravo kroz nekontrolisani razvoj turizma i ostalih privrednih aktivnosti poput poljoprivrede, šumarstva i ribarstva. U kombinaciji sa modernim tehnologijama, ove delatnosti su postale opasne po prirodu. Ekoturizam ovog područja je koncentrisan na obilazak staništa retkih vrsta (Johnson, 2004).

Pokušaje razvoja ekoturizma beleže i pojedine balkanske države. Tokom devedesetih godina 20. veka širom Bugarske popularizuju se projekti razvoja ekoturizma. Ekoturizam je u ovoj državi definisan kao oblik turizma zasnovan na prirodi, ruralnom načinu života i udružen sa kulturnim događajima. Kao takav on podstiče proces zaštite prirode i razvoj lokalnih zajednica, posebno seoskog stanovništva.

## UTICAJI EKOTURIZMA

Narastanje ekoturizma, rekreacije i turizma zasnovanog na prirodi, na primer, u nacionalnim parkovima i drugim zaštićenim područjima, kao i precizno poznavanje svih uticaja koji su prisutni, postaje sve važnije u turizmu (npr. zbog upravljanja posetiocima, organizacije lokalne zajednice, upravljanja prihodima). Bez kvantitativnih i kvalitativnih podataka o uticajima turizma organizatori turizma ne mogu tačno da odgovore na sve izazove pred kojima ova delatnost stoji.

### Ekološki uticaji

Ekoturizam ima brojne pozitivne uticaje na zaštićena područja, staništa i predele, koji su i ranije i u više navrata pominjani. Međutim, ukoliko je loše organizovan, ovaj oblik turizma može pokazati i svoju drugu stranu. Poznato je da rekreativni lov i ribolov mogu značajno uticati na biljni i životinjski svet, ali je isto tako izvesno da „nepotrošivo“ korišćenje resursa, poput posmatranja vrsta i obila-

Razvojni proces je dobio podršku tri ministarstva: za zaštitu životne sredine i vodoprivredu, ekonomiju (uključujući turizam) i poljoprivredu i šumarstvo. Takođe, podržale su ga i neke međunarodne institucije. Saradnja bazirana na povezivanju lokalnog i nacionalnog je podstakla osnivanje Nacionalne radne grupe za ekoturizam koja je, između ostalog, obuhvatila tri ministarstva, nacionalne, regionalne i lokalne turističke organizacije i nevladine organizacije za zaštitu životne sredine. Pokrenut je Nacionalni forum za ekoturizam, koji je uključio i mnogobrojna međunarodna tela i eksperte. Konačno, na bazi preovlađujućih predela, Bugarska je podeljena na 12 destinacija ekoturizma i sve imaju zasebne regionalne ekoturističke akcione planove. Ekoturizam u Bugarskoj se ne tretira kao nešto sasvim drugačije i nezavisno od masovnog turizma. To je prema mišljenju menadžera stvar raznovrsnosti ukupnog turističkog proizvoda i povod za transformaciju bugarskog turizma u održivi turizam (UNEP and WTO, 2005).

skala njihovih staništa, mogu da izazovu brojne uticaje: poremećaje u ishrani, razmnožavanju ili pojavu bolesti. Divlje životinje su posebno osetljive na turizam i turističke sadržaje. U glavne ugrožavajuće faktore spadaju: preopterećenost, prekomerni razvoj, rekreativno korišćenje (npr. čamci na motorni pogon, pešačke ture), različite vrste zagađivanja (npr. otpad, buka), vandalizam, hranjenje životinja, pokretanje vozila (Shackley, 2010). Na divlje životinje, takođe, mogu uticati razni oblici turističke infrastrukture, razvoja i aktivnosti u blizini njihovih staništa, čak i onda kada sam divlji svet nije deo turističke aktivnosti ili atrakcije. Uobičajeni uticaji ističu: uništavanje ili modifikaciju staništa; direktnu smrtnost jedinki usled ubijanja na putu; direktno uznemiravanje kroz buku ili miris; uticaje na zdravlje kroz kontaminaciju zemljišta, biljaka, vode ili vazduha; efekte u interakciji među vrstama kroz uvođenje divljih predatora ili konkurentnih biljojeda; izazivanje porasta bolesti povezanih sa stresom i širok spektar složeni-

jih i indirektnih uticaja. Bez sumnje, postoje i mnogi drugi mehanizmi uticaja koji još uvek nisu prepoznati i identifikovani (Buckley and King, 2003).

Na osnovu pristupa područjima koja obiluju biodiverzitetom i sa preferencijom turističke privlačnosti ili atrakcije, uticaj ekoturizma se može podeliti u zavisnosti od toga da li turisti dolaze peške, koristeći domaće životinje za prevoz ili vozila na motorni pogon. Studije istraživanja su pokazale da ptice nisu tolerantne na brze pokrete posetilaca, ali zato nisu previše uznemirene čak i prilikom brzih pokreta posetilaca, koji pristupaju prirodnim lokalitetima na konjima. Pristupanje turista putevima pokazuje nešto složenije ishode. Kao prvo, izgradnja puteva i krčenje terena za tu namenu značajno ometa vrste i njihova staništa. Kao drugo, već izgrađeni putevi pokazuju tendenciju dugoročnog uticaja kroz buku, efekat barijere i smrtnost životinja usled udara motornih vozila. Tako i sam uticaj saobraćajne buke može imati dvojak karakter, jer na jednoj strani uznemirava životinje, ali zato na drugoj utiče i na to da one beže od saobraćajnica, usled čega je njihova smrtnost izazvana saobraćajnom nesrećom manja. Mesto parkinga može da privlači životinje zbog ostataka hrane koju posetioci donose sa sobom, ali isto tako može da ometa životinje i na druge načine, posebno ako se u blizini nalaze zone gnežđenja (npr. kornjača). Najzad, pristup turista van puteva posebno može biti osetljiv i negativan po staništa i vrste divljih životinja (Newsome et al., 2002).

Složena priroda uticaja ekoturizma na biljni i životinjski svet je dodatni problem u određivanju konačnog uticaja i to iz više razloga:

- Do mnogih životinjskih vrsta, posebno onih koje su retke ili ugrožene, teško je doći i posmatrati ih, jer su bojažljive, zagonetne ili malobrojne.
- Čak i kada je lako posmatrati pojedinačne životinje, promenu ponašanja ili fiziološke reakcije, usled uznemiravanja od strane ljudi, teško je otkrivati i kvantifikovati bez specijalne opreme i stručnosti.
- U situacijama kada je neposredne reakcije i ponašanje lako otkriti, dugoročni uticaji na individualnu kondiciju, veličinu i strukturu populacije teško se određuju.

- Tamo gde veličina i struktura populacije značajno variraju zbog prirodnih uzroka, efekte izazvane ljudskim uznemiravanjem je posebno teško razlikovati.
- U situacijama niskih nivoa turističkih aktivnosti, smetnje koje izazivaju istraživači mogu biti slične onima koje izazivaju posetioci.
- Pojedinačne životinje mogu prilagoditi svoje ponašanje kao odgovor na stalno uznemiravanje bilo od strane turista ili istraživača, bilo putem navikavanja ili povećanog izbegavanja.
- Da bi se sa sigurnošću utvrdili uticaji turizma i rekreacije, potreban je skup neometanih kontrolnih populacija, kao i skup populacija sa uznemiravanjem koje izazivaju posetioci, a da, pri tom, dinamiku svih ovih populacija pre poremećaja treba dobro poznavati (Buckley and King, 2003).

Brojne studije, iz raznih krajeva sveta, s razlogom potvrđuju opravdanost u pridavanju značaja temi o uticaju ekoturizma na vrste i njihova staništa. Na primer, ogled koji je istraživao razlike u ponašanju pelikana u dvema različitim fazama inkubacije (vreme ležanja na jajima i zagrevanja jaja), na turistički popularnim Pingvinskim ostrvima u jugozapadnoj Australiji, potvrdio je promene u ponašanju za vreme prisustva ljudi. Reakcija pelikana na blizinu ljudi je bila složena, a bilo je i dokaza da se uznemirenost povećava kako su se ovi približavali kolonijama. Ovo je bio i očekivani odgovor, koji ukazuje na povećanu budnost u pogledu približavanja i moguće pretnje. Ptice kojima se više puta prilazi mogu biti pod stresom, zbog stalnog odgovora na uzbunu i odvrćanja pažnje od normalnog ponašanja u toku inkubacije. Povećana budnost može se interno odraziti u vidu fizioloških promena. Studija u zaključnim razmatranjima sugeriše ograničenje pristupa pelikanima iz predostrožnosti (Barter et al., 2008).

### **Socio-kulturni uticaji**

Teorijska i praktična povezanost ekoturizma i zajednica lokalnog stanovništva dovodi do sadržajnih i raznovrsnih uticaja turizma na socio-kulturne odlike tih zajednica, koji su karakteristični i za druge oblike turizma.

Kako ekoturizam koristi relativno netaknute regije i kulture, postoji opasnost da će doći do ciklusa događaja sličnih onima koji su identifikovani u razvoju osećanja lokalnog stanovništva prema turizmu u četiri koraka: euforija, apatija, ometanje i antagonizam (Doxey, 1975). Pouke iz karipskog modela razvoja turizma su, na primer, da turistička privreda mora samouvereno da obezbeđuje ravnopravni odnos između planiranja, razvoja turističke privrede i potreba lokalnog stanovništva. Prepoznat je i značaj: malih objekata lokalne arhitekture, zoniranja turizma, postepenog tempa rasta, oslanjanja na lokalno proizvedene proizvode, zajedničkih ulaganja i diverzifikacije na tržištu. Sve ovo je podstaknuto da bi se Karibi oslobodili od dominacije masovnog turizma. Opremljene znanjem i iskustvom, lokalne zajednice su uložile zajednički napor s namerom da povrate svoju kulturnu prošlost. Pozitivni primeri su zabeleženi i u Evropi. Tako recimo, namerno udaljavanje od industrijalizacije i masovnog turizma na Sardiniji, u korist promišljenog kulturnog i ekoturizma, postavljeno u pravcu odozdo prema gore, omogućilo je stanovnicima ovog ostrva da povrate svoju poljoprivrednu i kulturnu prošlost. Pošto je ovakav identitet uklonjen u periodu posle Drugog svetskog rata, upravo kroz industrijalizaciju,

turizam je uneo novu energiju i ohrabrio regionalni duh Sardinije, koji je podstakao mnoge inovativne projekte u svrhu podrške turizmu (Fennell, 2015).

### **Ekonomski uticaji**

Na osnovu pregleda literature o ekonomskom uticaju globalne privrede ekoturizma, postoji opšti konsenzus da se ekoturizam širi čak i brže od turističke privrede u celini, sa više od 20% udela na svetskom tržištu putovanja. Drugi analitičari su, međutim, više skeptični i smatraju da je logičnije posmatrati rast ekoturizma na način specifičan za lokaciju, a ne kroz opšti pregled, procenjujući da je ekoturizam imao globalnu vrednost od četiri milijarde dolara 1980. godine, pet milijardi dolara u 1985. i deset milijardi dolara u 1989. godini. Predviđeno je i da će vrednost ekoturizma biti 25 milijardi dolara u 1995. godini, odnosno, 50 milijardi dolara do 2000. godine. Možda više realna je tvrdnja Svetske turističke organizacije da svega 2-4% globalnog turizma otpada na ekoturizam. Ovi brojevi ukazuju na različite poglede u analizama ekonomskog uticaja ekoturizma. Jedan od glavnih razloga za takvo neslaganje je nedostatak jasne definicije ekoturizma (Fennell, 2015).

# DRUŠTVENI ASPEKTI ODRŽIVOG TURIZMA: LOKALNE ZAJEDNICE, NASLEĐE I KULTURNI TURIZAM



## ZAJEDNICA LOKALNOG STANOVNIŠTVA U ODRŽIVOM TURIZMU

Zajednica lokalnog stanovništva u održivom turizmu se uglavnom proučava u kontekstu turističke destinacije (Weaver, 2006; Weaver and Lawton, 2014), gde se ističu analize važnosti njenog prisustva ili kritike usled odsustva iz planova razvoja. Teme o lokalnoj zajednici su konstantna inspiracija za istraživače i menadžere turizma, jer kategorije društvene interakcije i osećaja uključenosti u određenoj destinaciji imaju presudni značaj za razvoj turizma. Lokalna zajednica je i pitanje kolektivnog interesa (George et al., 2009). Stanovnici turističke destinacije su prepoznati kao važna komponenta turističkog sistema, zbog radne snage koju obezbeđuju, a u nekim situacijama i zato što proizvode element kulturne atrakcije – nasleđe i običaje. Nažalost, čak i u savremenom turizmu, samo u retkim situacijama zajednica lokalnog stanovništva je prepoznata i kao uticajna zainteresovana strana po sopstvenom pravu i na nivou donosioca odluka u turističkoj privredi ili vladi (Slika 44). Ipak, i pored ovakve situacije, sve veće priznanje o važnosti zajednice domaćina unutar destinacije proizašlo je iz unapređene svesti o tome da lokalno stanovništvo:

- može najviše da izgubi ili dobije od turizma, u poređenju sa bilo kojom drugom gru-

pom sa liste zainteresovanih strana turističkog sistema, i stoga ono ima snažno etičko pravo da bude osnaženo kao donosilac odluka;

- ukoliko je nezadovoljno i pokazuje neprijateljstvo prema turistima, može izričito nauditi turističkoj privredi, što utiče i na negativni imidž dotične turističke destinacije (Prilog 18) i
- poseduje znanje o području na kome živi, što može pomoći u planiranju, upravljanju i marketingu turizma, kroz interpretaciju lokalnih kulturno-istorijskih atrakcija i u pripremi jedinstvenog lokalnog kulinarstva.

Iz navedenih razloga, zajednice domaćina bi trebalo da se pridružuju kao ravnopravni partneri u upravljanju turističkim destinacijama, a ne samo kao pogodan izvor radne snage ili lokalnog kolorita (Weaver and Lawton, 2014).

Jedan od problema u definisanju zajednice lokalnog stanovništva i odnosa prema održivom turizmu tiče se odgovora na pitanje koji pojedinci čine lokalnu zajednicu, a time i grupu kojoj treba dati prioritet u razvoju turizma. Zajednica se često poistovećuje sa onima koji žive na određenom mestu u datom trenutku, ali to

### Prilog 18. Sukobi oko resursa na primeru Goe

Razvoj turizma u Goi, u zapadnom delu Indije na obali Indijskog okeana, povlači sa sobom mnogobrojne dileme i to u vezi sa odnosom turizma i lokalnog stanovništva. Egzotične plaže Goe, duge preko 65 kilometara i sa kokosovim palmama, nalik rajskom prizoru, privlače veliki broj turista. Ova destinacija je od ranije bila popularna u domaćem turizmu. Međunarodni razvoj turizma otpočinje sa dolaskom prvih nemačkih turista 1987. godine. Sve zajedno je podstaklo inostrana ulaganja za izgradnju hotela sa četiri i pet zvezdica. Nažalost, takav koncept je isključio iz razvoja

lokalno stanovništvo, pa je ono ostalo bez svojih resursa i sredstava za život. Neki hoteli na svojim plažama nisu dozvoljavali pristup lokalnom stanovništvu. Sporna je i situacija u kojoj gosti hotela imaju zagarantovani protok vode tokom 24 sata, dok u istom tom periodu lokalni stanovnici imaju protok ovog egzistencijalnog resursa u trajanju od jednog do dva sata. Dok se mnogi lokalci suočavaju sa nestašicom električne energije i vode, dotle jedan hotel sa pet zvezdica potroši više vode nego pet sela. Jedan turista u ovakvom hotelu potroši 28 puta više električne

energije nego jedan stanovnik Goe. Mnogi hoteli su sagrađeni na samoj plaži, što je praćeno uništavanjem peščanih dina, a kanalizacija se izliva direktno u okean bez prečišćavanja. Isključenost zajednice lokalnog stanovništva je podstakla pokretanje organizacija okrenutih protiv razvoja turizma, uključujući tu „Budnu goansku armiju“ i „Goa fondaciju“. Povremeno su bili zabeleženi i izlivi otvorene agresije prema posetiocima, tako što su gađani autobusi sa turistima pokvarenom ribom, a evidentirani su i direktni fizički obračuni (Holden, 2008).

◀ **Prethodna strana:**  
Kulturno nasleđe,  
nit koja povezuje  
čovečanstvo (Giza,  
Egipat)  
Foto: V. Stojanović



▲ **Slika 44.** Pružanje raznovrsnih usluga, rad u ugostiteljstvu i obezbeđivanje turističkih atrakcija omogućuje i dobit za lokalno stanovništvo, dok važan princip održivog turizma ističe i neophodnost njihovog odlučivanja u planovima razvoja – A. Giza (Egipat); B. Komo (Italija), C. Bonifačo (Francuska); D. Nacionalni park „Krka“ (Hrvatska); Foto: V. Stojanović

ne pravi razliku između pridošlica i autohtonih stanovnika, koji se mogu osećati otuđeno i ugroženo usled prisustva ovih prvih. Ostale nedoumice uključuju status nerezidentnih vlasnika imovine ili sezonskih korisnika kuća, koje pre imaju funkciju kuća za odmor (npr. vikendice). Zatim, u slučaju analize autohtonih zajednica, nerezidenti, koji imaju snažnu porodičnu i kulturnu povezanost sa zemljom svojih predaka, iako možda nikada u njoj nisu živeli, takođe imaju legitimno pravo da budu članovi lokalne zajednice. Upućenost na kulturne veze i prisustvo dugogodišnjih stanovnika otkriva stav koji izjednačava lokalnu zajednicu sa ukorenjenošću na nekom mestu, pa bi i ova razmatranja trebala uzeti u obzir prilikom razvoja održivog turizma. Ipak, treba uzeti u obzir i prisustvo pridošlica, koje brzo mogu razviti snažan osećaj privrženosti i odanosti prema svom novom domu ili koje su to možda već razvile usled ranijih turističkih poseta (Weaver, 2006).

Pored problema definisanja lokalne zajednice, u njenom angažovanju, s ciljem održivog razvoja turizma, uočavaju se i sledeći problemi:

- **Apatija i nedostatak praktičnog znanja.** Ove dve pojave se često navode kao prepreka za učešće lokalne zajednice u razvoju turizma, pri čemu je malo verovatno da će većina stanovnika saznati više o određenom predlogu ili strategiji i uključiti se, sve dok to ne bude vizuelno opipljivo i stoga od direktnog značaja za njihove živote. Ovo otežava planerima da slede opšteprihvaćeni princip da učešće lokalnog stanovništva treba podsticati od najranijih faza procesa planiranja.
- **Nesrazmeran uticaj interesnih grupa.** Posledica apatije javnosti se odslikava u nesrazmernom uticaju grupa za lobiranje, koje imaju sopstveni interes za određene ishode. Ove grupe mobilisu svoje aktiviste

da budu više angažovani, da prisustvuju raspravama i izražavaju svoju zabrinutost na javnim sastancima. Oni zatim podnose izveštaje i svoje utiske donosiocima odluka i drugim pripadnicima lokalne zajednice, na način kao da su njihova osećanja reprezentativna za zajednicu, čak i u svesnom saznanju da su zapravo manjina. Destinacije mogu da obuhvate delovanje nekoliko konkurentskih i interesnih grupa i u ovome je važno sugerisati kako je lokalna zajednica nešto više od aglomeracije takvih grupa.

- **Nesrazmerna alokacija štetnih uticaja i koristi, kao i odsustvo konsenzusa.** Ideja da su uspešne grupe za zastupanje u stanju da ispune svoje interese odražava širu istinu kako šteta i korist od turizma unutar zajednice nisu podjednako raspoređeni, čak i u slučajevima kada se praktikuje alternativni turizam. Ovo komplikuje napore za postizanje konsenzusa prilikom odlučivanja, koji bi trebalo da se koristi kao indikator socio-kulturne održivosti. Stavovi zajednice se mogu kretati od euforije do apatije, uznemirenosti ili antagonizma, onako kako se turizam razvija u životnom ciklusu destinacije, od početnih do završnih faza. Međutim, ovakav razvoj događaja je opovrgnut brojnim istraživanjima, koja otkrivaju sukobljene stavove unutar zajednice u svim fazama razvoja destinacije. Dodatna složenost je u tome što mnogi stanovnici priznaju pozitivnu ekonomsku korist od turizma u isto vreme kada izražavaju i zabrinutost zbog pratećih socio-kulturnih i ekoloških negativnih uticaja (Weaver, 2006).

U više navrata je spomenuto da pitanje uključenosti zajednice lokalnog stanovništva predstavlja ključni oslonac za politiku i praksu održivog turizma. U svetlu brzog rasta turizma, mnogi važni akteri su izostavljeni iz razvojnih programa, a neki su i nametnuti lokalnim zajednicama od strane nacionalnih donosilaca odluka i stranih investitora. Ovo je obično dovelo do toga da su ljudi na pozicijama moći, posmatrano nacionalno ili regionalno, kao i strani konglomerati i finansijeri, postali bogatiji kroz ekonomsko odlivanje i korupciju, dok su stanovnici destinacije često postajali sve siromašniji i ostavljeni da snose teret društvene, kulturne,

ekonomske i ekološke štete izazvane turizmom. Sve to zajedno je navelo mnoge kritičare da uporede turizam sa eksploatatorskim obeležjem kolonijalizma (Timothy, 2012). U istom pravcu ide i stav koji izostavljanje lokalnog stanovništva iz turizma poistovećuje sa hegemonijom, jer se zbog ostvarivanja interesa određene grupe ostale sputavaju, tako što se nad njima ostvaruje kontrola. Turistički preduzetnici često veruju da imaju vodeću poziciju u procesu donošenja odluka, zbog svog finansijskog rizika u predloženom projektu. Ono što se ne uzima u obzir je potencijalni rizik za životni stil lokalne zajednice, koji isto tako dolazi sa predloženim projektom. Nažalost, ideja da oni koji rizikuju kapital treba da imaju dominantnu poziciju u procesu donošenja odluka izgleda kao da je prihvaćena za normativ u planiranju i razvoju turizma. Zato je nužno da svi rizici budu prepoznati i da sve grupe koje potencijalno mogu da snose rizik moraju imati glas u procesu donošenja odluka, a koji bi trebalo da vodi do prihvatljivog ishoda za sve (George, 2009).

Održivi turizam je usredsređen na pristup u razvoju koji počiva na zajednicama lokalnog stanovništva, pored zaštite prirodnog i kulturnog nasleđa i upražnjavanja mera za održivost kod svih preduzetih aktivnosti (Holden, 2008). Da bi se održivost i ostvarila, teorija i praksa su posvećene pronalaženju adekvatnih alata za postizanje ciljeva. Zato je neophodno da određene oblasti u razvojnim politikama imaju tačno određene i definisane aktivnosti za delovanje. Na primer, u sferi lokalnih zajednica prepoznaju se dve velike grupe politika i ciljeva održivog turizma, od vitalnog značaja:

- **Ostvarivanje kontrole na lokalnom nivou.** U razvijanju sistema lokalne kontrole neophodno je angažovati i osnažiti lokalne zajednice u procesima planiranja i odlučivanja, koji stoje u vezi sa turističkim menadžmentom i budućim razvojem turizma. Ovo se postiže u konsultacijama sa svim zainteresovanim stranama. Neophodno je pružiti stanovnicima odgovornost i kontrolu nad njihovim životima i to je osnovni princip održivog razvoja. Štaviše, veća je verovatnoća da će oni turistički projekti, koji direktno angažuju lokalne zajednice, u planiranju i implementaciji biti uspešniji. Politika u ovoj oblasti se ne odnosi, međutim, samo na

pitavanje angažovanja kroz proces konsultacija, već se takođe radi o osnaživanju zajednica da utiču na odluke o razvoju događaja i aktivnosti. Ovo će, zatim, uticati na njihovu budućnost uz omogućavanje toga da se uzmu u obzir i drugi legitimni interesi.

- **Postizanje blagostanja lokalnih zajednica.** Blagostanje se, pre svega, odnosi na unapređenje kvaliteta života u lokalnim sredinama, uključujući društvene strukture i pristup resursima, pogodnostima i sistemima za uređenje života, uz istovremeno izbegavanje bilo kakvog oblika društvene ili ekološke degradacije i eksploatacije. Turizam može uticati na društveno blagostanje zajednica na mnogo načina i to pozitivno ili negativno. Pored obezbeđenja radnih mesta, dodatnih ulaganja i povećanu potrošnju, turizam može podržati i širi spektar pogodnosti, a koje se tiču kvaliteta života lokalnog stanovništva. To uključuje osnovne usluge kao što su snabdevanje vodom i energijom, korišćenje puteva i saobraćajnih usluga, zdravstvenih usluga, zatim i nove prodavnice, garaže, objekte za upražnjavanje slobodnog vremena i sadržaje na otvorenom. Nasuprot tome, prisustvo posetilaca može da izvrši negativni pritisak na objekte i usluge, povećavajući troškove njihovog obezbeđivanja i održavanja, umanjujući i otežavajući tako pristup za lokalno stanovništvo (UNEP and WTO, 2005).

Lokalno stanovništvo je vlasnik lokalne kulture, običaja, materijalnog i nematerijalnog nasleđa, što bi sve zajedno trebalo da bude značajno u održivom razvoju turizma, koji istovremeno brine o prirodnim i kulturnim resursima i insistira na blagostanju lokalnih zajednica. Međutim, aktuelne situacije u različitim delovima sveta govore drugačije. Na

primer, u nekim državama Latinske Amerike ime civilizacije Maja se snažno koristi u marketinške svrhe, ali od toga potomci ove drevne kulture nemaju gotovo ništa. Sve je samo marketinški koncept potpomognut turističkom privredom i nacionalnim vladama (Mowforth and Munt, 2016). Slično je i u razvijenim državama sveta. Mnoge države u turizmu koriste egzotične momente autohtonih kultura, a samo neki od primera su: Laponci u Švedskoj i Finskoj, Maori na Novom Zelandu i Navaho u SAD. Dilema je koliko brojne autohtone zajednice, i bilo koje druge, širom sveta imaju koristi od prezentacije vlastitog nasleđa u turističke svrhe. Neke autohtone grupe su pokrenule sudske procese zbog intelektualnih prava nad njihovim kulturnim tradicijama. Druge grupe su osnažile u tolikoj meri da sada same određuju koji elementi njihove kulture mogu da se dele sa turistima. Upravo pomenuti Maori sa Novog Zelanda su jedan od dobrih primera. Isto tako, Hopi u SAD smeju da odrede kojim oblastima njihove zemlje stranci mogu da pristupe i koji elementi njihove kulturne tradicije mogu biti sačuvani od pogleda turista. Najzad, primer pružanja prednosti održivom i alternativnom turizmu, utemeljenom na kulturnom nasleđu i koji se suprotstavlja masovnom turizmu, dolazi iz Karipske regije. Karibi su dugo bili u fokusu masovnog turizma zasnovanog na moru, suncu i pesku. Danas, međutim, postoji snažan pokret za smanjenje zavisnosti čitave regije od ovih neodrživih oblika masovnog turizma, u korist turizma lokalnih zajednica, zasnovanog na posebnim mestima i kulturnom nasleđu lokalaca. Mnoge ostrvske zajednice žele da prikažu svoju istoriju i živu kulturu strancima i vide to kao manje štetan potez u razvoju turizma od tzv. „3S“ turizma, koji zahteva mnogo resursa (Timothy, 2012).

## TURIZAM ZASNOVAN NA KULTURNOM NASLEĐU

Turizam zasnovan na nasleđu predstavlja brzo rastući vid turizma koji se prepoznaje i kao jedan od najpopularnijih oblika turizma na globalnom nivou. Brojne lokalne, regionalne i nacionalne vlade u svetu su prihvatile turizam

nasleđa kao alat za ubrzani ekonomski razvoj, koji popularizuje i gradi novi imidž kulturnog nasleđa i zajednica lokalnog stanovništva. Ovakav turizam se opisuje i kao savremeno korišćenje prošlosti, bez obzira na to da li je reč

o materijalnom ili nematerijalnom kulturnom nasleđu. Da bi bio istrajan, u balansu između principa održivog razvoja, turizam nasleđa mora pronaći način za prevazilaženje svih nesporazuma između menadžmenta u kulturi i menadžmenta u turizmu.

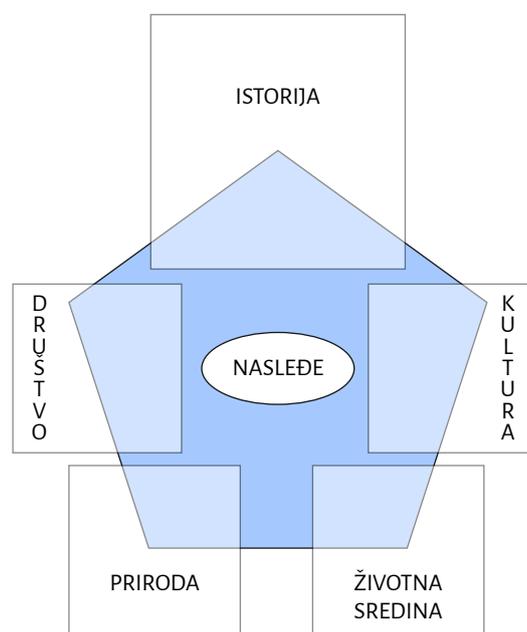
### Kulturno nasleđe i održivi razvoj

Neophodnost boljeg razumevanja nasleđa uočava se i u analizi glavnih ciljeva upravljanja kulturnim nasleđem i u potrebi za njegovim očuvanjem za dolazeće generacije. Ovdje su dve činjenice bitne. Prvo, brzina kojom se svet menja je toliko velika da je značajan deo našeg nasleđa u opasnosti da bude izgubljen, bilo njegovim fizičkim uništenjem ili gubitkom znanja. Zato upravljanje kulturnim nasleđem nastoji da uspostavi formalni sistem za identifikaciju i očuvanje nasleđa za budućnost. Podjednako važno, upotreba termina „reprezentativni uzorak“ potvrđuje da ne može ili ne treba sve biti sačuvano, već samo najbolje i najreprezentativnije od svega što je ranije postojalo (du Cros and McKercher, 2015).

Definicija koja opisuje nasleđe kao „svako prirodno ili čovekovom rukom stvoreno mesto, oblast, objekat ili lokaciju, značajnu za ljude, ističe važnost u smislu društvenih vrednosti“. Ova značenja i vrednosti obično se povezuju sa identitetom i rekonstrukcijom sećanja. Prema ovoj definiciji, sve može biti nasleđe, samo je potrebno da bude značajno za ljude koji žive u dotičnoj oblasti. Međutim, koliko god da izgleda očigledno, nije baš sve nasleđe i ne može sve postati nasleđe. Ova definicija skriva spoljašnji proces izdvajanja nasleđa, njegovo vrednosno oblikovanje i pripisivanje značenja. Društveni procesi, često konfliktni, doprinose stvaranju statusa nasleđa. Nasuprot diskursu koji nasleđe vidi kao nešto uobičajeno i kao proizvod konsenzusa, često zbog domišljatosti, ali i nepoštenih namera, važno je naglasiti dinamičnu, procesnu i konfliktnu prirodu stvaranja statusa nasleđa, posebno kada se to izričito tiče osetljivih pitanja, kao što su identitet ili pamćenje. Stvaranje statusa nasleđa je neodvojivo od pitanja uticaja, politike, interesa i autoriteta, ukratko, moći (Franquesa and Morell, 2007). Dakle, lokaliteti, predmeti i artefakti koji čine osnovu nasleđa u početku postoje kao deo sveta fizičkih

i društvenih činjenica, ali s vremenom postaju deo bihevioralnog okruženja, samo kada društvo smatra da ta mesta i artefakti imaju vrednost ili utilitarnu funkciju. Drugim rečima, nasleđe je socio-kulturni konstrukt. Ovakav pristup ima važnu implikaciju, pošto se naglašava činjenica da je identifikacija nasleđa selektivni proces u kome se donose složeni vrednosni sudovi, kako bi se filtrirali oni elementi nasleđa koje treba zadržati u odnosu prema onima za koje se smatra da više nisu važni. Već iz ovoga proističe da se nasleđe u brojnim vrednosnim sudovima i opažanjima može transformisati, što je zapravo i neizbežno i što ne treba zanemariti u svim planovima upravljanja nasleđem, uključujući tu i planove turističkog korišćenja nasleđa (Williams and Lew, 2015).

U raznim podelama koje nasleđe prepoznaju kao – (1) materijalno pokretno ili nepokretno nasleđe i (2) nematerijalno nasleđe, važno je da se identifikuje kako resursi nasleđa nisu jednostavno ograničeni na relativno uzani skup mesta ili artefakata, koji imaju upadljiv istorijski značaj ili karakter, već se mogu primeniti na mnogo šire okruženje i prakse. Na primer, nasleđe koje je izraženo u upotrebi tradicionalnog odevanja ili kulinarnstva, obično se proteže izvan muzejskih oblika nasleđa (Williams and Lew, 2015). Prema tome, nasleđe ima brojne in-



▲ Slika 45. Položaj nasleđa u odnosu prema širem fizičkom i društvenom okruženju

Izvor: Williams and Lew, 2015.

terakcije sa istorijom, kulturom, životnom sredinom, prirodom i društvom (Slika 45).

Teme i rasprave o nasleđu u drugoj polovini 20. veka su prošle kroz snažne promene, što je uticalo na proširivanje koncepcije nasleđa i na one njegove segmente, koji ranije nisu posmatrani kao nešto značajno i vredno. Centralna misao za razumevanje ovih promena je raspadanje hegemonije tzv. visoke kulture, a zatim promocija popularnih i alternativnih kultura kao osnove nasleđa. Pre šezdesetih godina 20. veka visoka kultura, uglavnom usredsređena na umetnost, književnost, istoriju i muziku, jasno se razlikovala od popularne ili tzv. niske kulture, usredsređene na oblast popularne zabave. Visoka kultura je posedovala auru koju su pojačavali akademci i u svojim nastupima profesionalne elite, okrenute ka publici sa prefinjenom sposobnošću da prepozna unutrašnje kvalitete. Drugim rečima, kultura je bila apsolutna, nepromenljiva i nedostupna svima, osim onima koji su bili u poziciji da je neguju kroz specijalizovanu i skupu posvećenost. Sve se ovo promenilo sa kulturnom revolucijom koja se dogodila u velikom delu zapadnog sveta u šezdesetim godinama 20. veka i nešto kasnije, sa početkom postindustrijske ekonomije. Šezdesete godine prošlog veka su posebno upečatljive zbog snažne pojave popularne kulture, a posebno u odnosu na kulturu mladih koja je bila usredsređena na modu, medije i popularnu muziku. Istovremeno i prećutno se desilo prihvatanje ovih novih kulturnih oblika i od strane onih koji sebe još uvek vide kao arbitre visokog ukusa. Važan deo tzv. demokratizacije kulture bila je diverzifikacija u proizvodnji kulturnih artefakata i umnožavanje broja proizvođača. Sve se enormno povećavalo u periodu od šezdesetih do osamdesetih godina 20. veka (broj televizijskih i radio stanica, naslova u novinama i časopisima, kao i učestalost i obim reklamiranja). Do ove tranzicije, identifikacija nasleđa je odražavala ideologiju ili moć ljudi koji imaju uticaj. Uobičajeno se primećivalo da istoriju pišu pobednici i stoga je nasleđe oblikovano oko simboličnih mesta moći, kao što su zamkovi, crkve, veličanstvene kuće ili sedišta vlade. Ovo su mesta koja generalno odražavaju hegemoniju tzv. visokih kulturnih formi i, dok ova tendencija još uvek postoji, sada je dopunjena i modifikovana

na novijom, postmodernom predispozicijom za istraživanje alternativnih istorija i kultura, koje su ranije bile isključene. Ova kultura se tiče radnih ljudi, manjinskih grupa i žena. Na taj način, razlika između visoke i popularne kulture u smislu značenja i značaja postaje mnogo manje uticajna, jer se stvaraju potpuno drugačije koncepcije nasleđa. Koncepcije uređenja muzeja u ovom periodu su se isto tako promenile u odnosu na stil i naglasak onoga što predstavljaju (Williams and Lew, 2015).

S obzirom na ovakve preobražaje u današnjem vremenu je neophodno brinuti o daleko širem opsegu nasleđa, nego što je to bio slučaj u prošlosti. Širi opseg i diverzifikacija su značajno uticali i na činjenicu šta sve od kulturnog nasleđa može biti atraktivno u turizmu, a zatim i podstakli teme o neophodnosti zaštite nasleđa od prekomernog i neprimerenog korišćenja.

Razmatranje održivog korišćenja dobara kulturnog nasleđa mora uzeti u obzir obim i način mogućeg korišćenja, pre nego što vrednosti nasleđa budu ugrožene. Međutim, postavljanje ograničenja u korišćenju je lakše izgovoriti nego postići, jer svako kulturno dobro ima svoje sopstveno značenje i postoji u drugačijem društvenom ili kulturnom kontekstu. Takođe, mnoga kulturna dobra u javnom vlasništvu imaju takav način upravljanja kojim se podstiču posete. Stoga, iako se mogu razviti široke smernice i protokoli, svako kulturno dobro se mora razmatrati pojedinačno (du Cros and McKercher, 2015).

### **Kulturno nasleđe kao resurs u turizmu**

Bez obzira na to što je savremeni turizam zasnovan na nasleđu (heritage tourism), danas izrazito prisutan aspekt u šemi savremenih putovanja, ova pojava nije rezultat inovacija i modernog doba. Istorijske oblasti, koje obiluju važnim lokalitetima, bile su popularne destinacije za turiste i posetioce mnogo pre nego što je nasleđe postalo priznati pojam. Ova tendencija je naročito očigledna u praksi prvih rimskih turista u staroj Grčkoj i na Velikom putovanju u Evropi tokom 17. veka (Williams and Lew, 2015).

U današnjem svetu se uočava i ističe to da regije sa raznolikošću kultura i bogatom istori-

jom, zahvaljujući turizmu zasnovanom na nasleđu, mogu da generišu prihode i unaprede zapošljavanje, podjednako u ruralnim i urbanim područjima. Nasleđe je očigledno daleko od toga da bude posmatrano kao koncept bez vrednosti. Ekonomska moć i politika utiču na to kako se ono čuva i interpretira, što zavisi od istorijskih okolnosti i prisutnih ideologija (Roberts and Hall, 2001). Pojam kulturnog nasleđa tradicionalno se povezivao sa antičkim spomenicima i arheologijom, a lakše se povezivao i sa ruralnim resursima, nego sa trenutnim tkivom globalizacije i urbanizacije. Bez obzira na sve to, nasleđe gradova je veoma važan segment ukupnog nasleđa. Kultura i nasleđe ni u kom slučaju nisu isključivo povezani sa ruralnim zajednicama. Švedska agencija za međunarodni razvoj i saradnju (Swedish International Development Cooperation Agency) sugeriše da bi se razuman i osetljiv turizam zasnovan na nasleđu mogao posmatrati kao urbani ekvivalent ekoturizma. Turizam brzo raste u istorijskim gradovima, a spektakularne lokacije su očigledno magneti koji privlače kapital i poslovanje. Na mnogim mestima kulturno nasleđe je najvažnije pojedinačno dobro, iako njegov potencijal možda nije realizovan. Ove analize idu toliko daleko da kulturno nasleđe hrabro nazivaju „finansijskim nasleđem“ i ono što bi trebalo ozbiljno shvatiti je da uloga lokalne kulture i kulturnog nasleđa predstavlja važnu činjenicu u debatama o gradovima. Ulaganje u infrastrukturu, muzeje, javni prostor i druge objekte, koji su deo šire definicije urbanog kulturnog nasleđa, mora se preispitati u kontekstu korišćenja i to kao ekonomskog, kulturnog i društvenog resursa (Mowforth and Munt, 2016).

Tržište turizma koje je zasnovano na nasleđu prepoznaje se kao najdinamičnije prema svom rastu i u okvirima ukupnog turizma, iako je teško postići precizna merenja. Kao posledica toga pojavljuje se i trend dodatne zaštite novih objekata kulturnog nasleđa, u iščekivanju da su to nove turističke atrakcije. Objekte kulturnog nasleđa, kako je primećeno, posećuju uglavnom pojedinci koji su obrazovaniji i profesionalci iz srednje klase. Studije slučaja iz Danske, kao i drugih destinacija, pokazuju kako je turizam zasnovan na baštini oblikovan težnjom da se sazna i nauči više, a zatim i da je

podstaknut dokolicom i željom za opuštanjem ili razgledanjem. Međutim, s obzirom na višestruka značenja koja nasleđe poseduje, objašnjenje obrazaca turističkih poseta lokalitetima nasleđa treba da odražava i širi spektar motiva od obrazovanja ili razgledanja. U tom pravcu se skreće pažnja na nekoliko faktora. Prvo, primećuje se važnost individualnih potreba za razumevanjem sebe kroz posete kulturnim dobrima, što ima veze sa ličnim razvojem ili što, jednostavnije, odražava nečija interesovanja. Drugo, ova pitanja su usko povezana sa interesovanjima za genealogiju. Kako se učestalost dijaspore u svetskoj populaciji umnožava, tako se povećava i tendencija da ljudi provode slobodno vreme tražeći svoje korene i lociraju domove predaka, što se ponekada zove upravo „turizmom nasleđa“. Treće, turizam zasnovan na nasleđu je ponekada motivisan i željom posetilaca da se povežu sa važnim mestima i da odaju počast onim lokalitetima, koji služe kao spomen-obeležja o ključnim događajima ili uticajnim pojedincima (Williams and Lew, 2015). Iz svega proističe da su atrakcije kulturnog nasleđa sastavni i neizostavni deo turizma. Odatle se pojavljuje i potreba da upravljači kulturnih dobara prihvate ovo kao realnost (du Cros and McKercher, 2015).

Neki menadžeri nasleđa, međutim, opiru se prihvatanju činjenice da kulturna dobra kojima upravljaju imaju i svoju turističku privlačnost. Kao rezultat toga, oni se opiru i uvodjenju upravljačkih struktura koje će istovremeno optimalizovati kvalitet pruženog turističkog iskustva i minimalizovati negativne uticaje koje turizam može da ima po objekte kulturnog nasleđa. Zato je prvi korak u uspešnom upravljanju, bilo kojom turističkom atrakcijom kulturnog nasleđa, prihvatanje činjenice da je ona zaista turistička atrakcija i da se njome tako mora i upravljati. Ista situacija je i sa mnogim kulturnim manifestacijama, gde je lokalna vlast odlučila da oživi ili stvori kulturni festival kao turističku atrakciju. Poseta će se desiti, bez obzira na to da li tako nešto želi lokalna agencija za nasleđe ili zajednica i bez obzira na to koje upravljačke strukture su nametnute. Prihvatanje ove realnosti znači da proaktivni menadžeri treba da razviju planove upravljanja koji će osigurati da potrebe i želje turista budu zadovoljene. U isto vreme,

oni moraju obezbediti da se kulturna vrednost i integritet kulturnog dobra održe. Najzad, sve kulturne atrakcije u turizmu ne samo da moraju da se takmiče sa drugim turističkim atrakcijama u istoj klasi proizvoda, već se moraju takmičiti i sa drugim atrakcijama u potpuno različitim klasama proizvoda, posebno ako se smatraju atrakcijama nižeg reda (du Cros and McKercher, 2015).

Pored toga što je neophodno da menadžeri razumeju važnost turističke privlačnosti kulturnog dobra, naredni bitan zadatak u dobro organizovanom upravljanju turističkim atrakcijama kulturnog nasleđa se tiče sprečavanja negativnih uticaja turističkog razvoja. Najbolji način za kontrolu turističkog iskustva je standardizacija, modifikacija i komodifikacija takvog iskustva. Za mnoge menadžere kulturnog nasleđa ovo je krivoverstvo, a posebno zbog značajnog obima literature u kojoj se osuđuje turizam usled komodifikacije i trivijalizacije kulture. Ipak, standardizacija, modifikacija i komodifikacija iskustva predstavljaju pragmatično sredstvo za kontrolu kretanja ljudi, uz istovremeno osiguranje toga da posetilac dobije što je više moguće od iskustva. Iz tog razloga, namenski izgrađeni proizvodi nasleđa često bolje funkcionišu kao turističke atrakcije od postojećih kulturnih dobara, posebno ako je potrebna značajna modifikacija tog dobra da bi se zadovoljile potrebe turista. Problem je bio i ostao i u tome što se iskustvo standardizuje i komodifikuje od strane turističke privrede u korist turističkih operatera, a ne od strane menadžera ili upravljača kulturnih dobara, kao najboljih tumača i zaštitara kulturnog dobra. Izazov za upravljače kulturnih dobara je sadržan i u preuzimanju kontrole nad iskustvom posetilaca, na licu mesta, od organizatora putovanja ili njihovih zaposlenih (du Cros and McKercher, 2015).

Različite karakteristike turističkih atrakcija, uključujući i kulturno nasleđe, mogu uticati na ekološku i socio-kulturnu održivost nekog dobra. Autentičnost je prisutan, subjektivan i sporan atribut, jer se u razmatranjima ističe i dilema o tome da li je autentičnost prava ili je ipak imitirana. Da li je imitacija pokazatelj neodrživosti ili nije, zavisiće delimično i od načina na koji je predstavljana posetioocu. Obično nema mesta diskusiji kada je prava

atrakcija predstavljena kao prava ili ako je imitacija predstavljena kao imitacija (npr. tematski park ili reprodukcija praistorijskog slikarstva u pećini Lasko – Francuska). Problemi se mogu pojaviti, međutim, kada se imitacija pogrešno predstavi kao originalno delo ili obrnuto, ako se original predstavi kao imitacija (Weaver, 2006). Uprkos značaju analize pojma autentičnosti, on ostaje neuhvatljiv kao koncept zbog svojih višestrukih konotacija. Kada se opisuje autentičnost baštine u turizmu, ističu se i sledeća tri gledišta: (1) nasleđe je lažno, (2) nasleđe je inscenirana autentičnost i (3) nasleđe je komodifikovana autentičnost. Drugim rečima, nasleđe može biti:

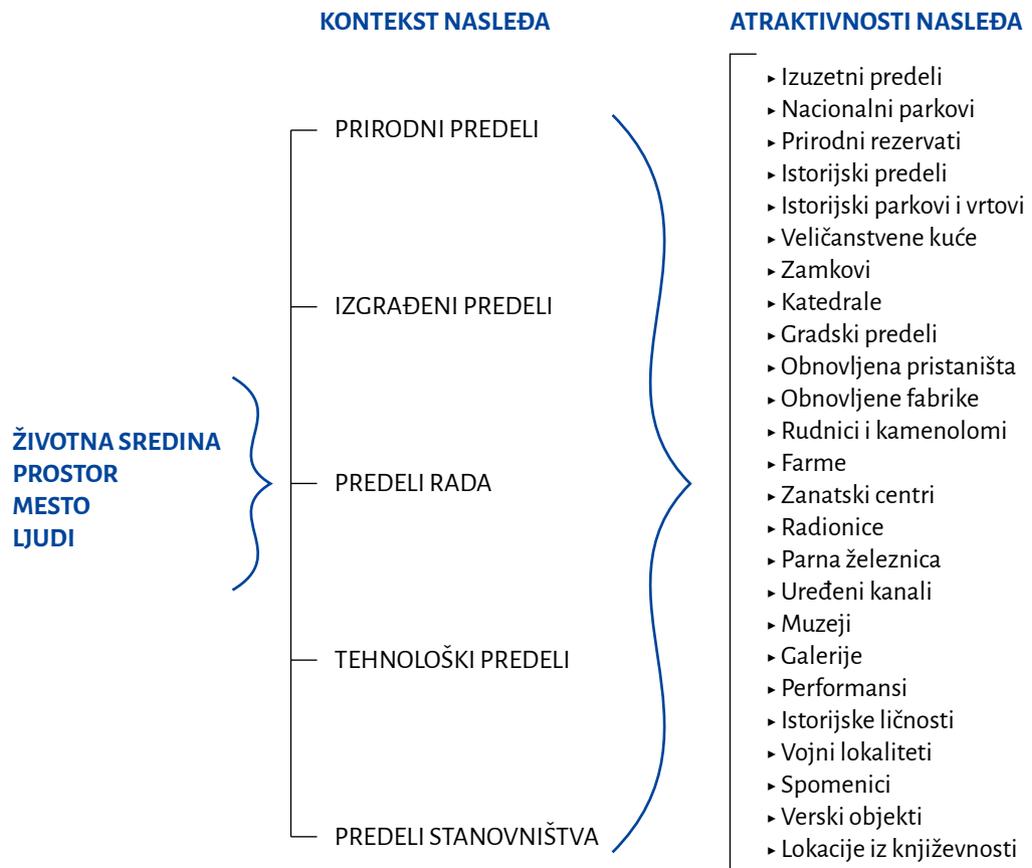
- Predeo nostalgije, što podrazumeva da je savremeni rast turizma baziran na nasleđu podstaknut nostalgijom, čime se pruža osećaj sigurnosti i stabilnosti u odnosu na savremenu eru neizvesnosti.
- Inscenirana autentičnost, jer se odnosi na izmišljene postavke kako bi se zadovoljila potraga turista za istinskim iskustvima, što znači da insceniranost razvija poseban turistički prostor odvojen od stvarnog prostora; ova udaljenost u prezentaciji uništava sve šanse za autentičnim iskustvom.
- Komodifikacija, sugerise da turizam baziran na nasleđu može dovesti do standardizacije kulture i transformisati je u globalno prisutnu robu namenjenu potrošnji, što znači da je u takvim okolnostima autentičnost isključivo marketinško sredstvo (Chhabra, 2010).

Upravljanje kulturnim nasleđem iz ugla turizma nameće i neophodnost boljeg poznavanja njegovih različitih kategorija, jer će od toga zavisiti pojedinačni oblici upravljanja u slučaju svakog konkretnog objekta, odnosno, kulturnog dobra. Na raznovrsnost objekata nasleđa uticala je i već pomenuta promena percepcije o tome šta je nasleđe. Pored uobičajene podele na grupe materijalnog i nematerijalnog nasleđa, literatura iz oblasti turizma prepoznaje i brojne kategorizacije. Zanimljivo viđenje podele objekata kulturnog nasleđa i atrakcija, na primer, prepoznaje istorijske predele, tvrđave, katedrale, galerije ili muzeje. Svaka od ovih kategorija ili atrakcija vidi se i kao deo šireg i uređenog aranžmana, u kome se ističe kako je

nasleđe rezultat interakcije prirodnih i neprirodnih faktora u životnoj sredini, prostora i mesta u kojima ljudi isto tako ostvaruju brojne interakcije. Zahvaljujući tome, nasleđe ima prepoznatljivi kontekst, koji ga „proizvodi“ i koji, i u ovom slučaju, možemo nazvati predelom (Slika 46). Postoji pet takvih predela: prirodni predeli (obuhvataju nasleđe prirodnog okruženja), izgrađeni predeli (obuhvataju nasleđe zgrada i izgrađenog okruženja), predeli rada (obuhvataju nasleđe povezano s procesom rada i proizvodnjom), tehno predeli (obuhvataju nasleđe povezano sa tehnologijom, naukom i izumima), predeli stanovništva (obuhvataju nasleđe koje ljudi izražavaju u svom društvenom, kulturnom ili političkom životu). Inače, kategorije, kao proizvodi interakcije, nisu nužno izolovane i ne mora baš u svakoj situaciji značiti da samo jedan predeo proizvodi tačno određenu kategoriju ili atrakciju (Williams and Lew, 2015).

Dodatno produženi pogled na nasleđe je onaj koji otkriva značaj kulturnih ruta za turizam. Dok kulturni putevi postoje milenijumima, posebno za hodočasnike i trgovce, savre-

meni razvoj puteva i ruta nasleđa postaje sve popularniji poduhvat. Kulturne rute, kao svojevrsni putevi nasleđa, imaju potencijal da osnaže zajednice stanovništva i poboljšaju kvalitet života ljudi kroz razvijanje ruralnih ekonomija i povezivanje brojnih lokaliteta i mesta. Na ovaj način mesta i lokacije dele ono što im je zajedničko, umesto da se takmiče jedni protiv drugih kao konkurenti. Kulturne rute pomažu u stimulanju saradnje i partnerstva između lokalnih oblasti i zahtevaju značajnije učešće zajednice lokalnog stanovništva, više nego kod drugih oblika turizma (Timothy, 2012). Kulturne rute, putevi ili itinereri obično obuhvataju razne kategorije nasleđa, na primer, industrijske, arheološke ili istorijske gradove, pod kapom zajedničke istorije i prostornog obrasca rasprostranjenosti delatnosti kao što su trgovina, kulturna razmena, hodočašće ili istraživački rad. One su prepoznate i kao izvori konceptualnih problema za menadžere nasleđa, jer su često internacionalne i uključuju brojne zainteresovane strane. Njihova forma odslikava interaktivne, dinamične i evoluirajuće procese čovekovih interkulturalnih veza, koje su



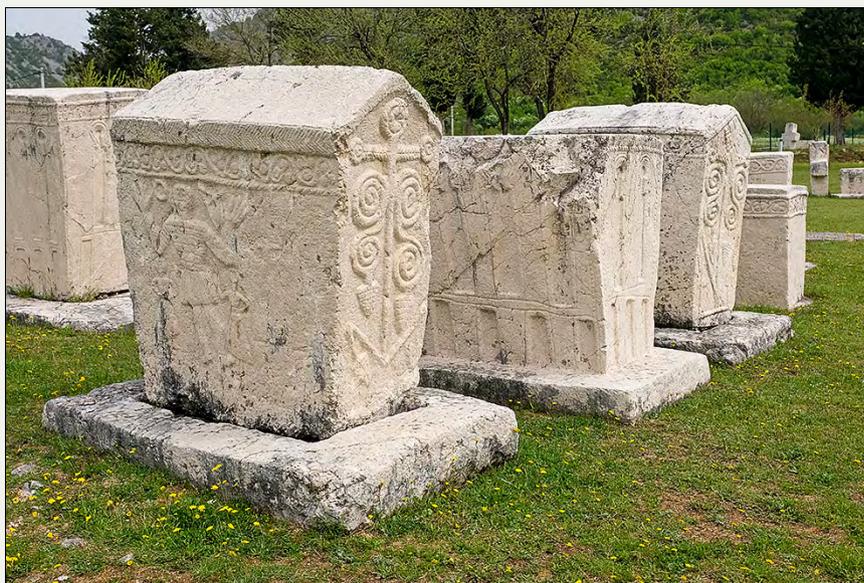
► **Slika 46.** Tipologija turističkih atrakcija u turizmu  
Izvor: Williams and Lew, 2015.

## Prilog 19. Srednjovekovni stećci: potencijalna turističko-kulturna ruta četiri države

Stećci – monolitni nadgrobni spomenici iz vremena kasnog srednjeg veka (od 12. do 16. veka), predstavljaju zajedničko nasleđe Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Srbije i Crne Gore. Pored izuzetne brojnosti od čak 70.000 primeraka, njihovo nasleđe je posebno i zbog različitih oblika u krečnjaku, zanimljivih ukrasa karakterističnih za srednjovekovnu Evropu, kao i zbog retkih epitafa pisanih karakterističnim narodnim jezikom.

UNESCO je prihvatio nominaciju četiri države za upis ovog spomeničkog fonda na listu Svetskog kulturnog nasleđa 2016. godine pod nazivom: *Stećci – srednjovekovni nadgrobni spomenici*. Bio je to projekat za koji su se četiri države opredelile bez podsticaja sa strane i prvi takav posle ratova iz devedesetih godina 20. veka na području bivše Jugoslavije. Ovakvo zajedničko nasleđe između država predstavlja izuzetan potencijal u saradnji na polju kulture i trebalo bi da ima poseban značaj u izgradnji pokidanih veza među narodima posleratnih područja.

Obim razvoja turizma i turističke posete nisu trenutna pretnja za srednjovekovne stećke. Upravljanje posetiocima je uglavnom na nivou planiranja ili



▲ Slika 47. Srednjovekovni stećci kod Stoca u Bosni i Hercegovini, kao segment zajedničkog nasleđa četiri države

Foto: V. Stojanović

u slučaju nekih lokaliteta i sprovođenja, ali tek kod pojedinačnih lokaliteta. Prezentacija i interpretacija se zasnivaju na označavanju lokaliteta. Planovi upravljanja bi trebalo da insistiraju na boljoj turističkoj infrastrukturi i indikatorima održivog turizma, a posebno kod onih

lokaliteta kod kojih je broj poseta veći. Zajedničko nasleđe Bosne i Hercegovine, Hrvatske, Srbije i Crne Gore otvara brojne mogućnosti i u razvoju kulturnog turizma, jer stećci predstavljaju jedinstveni i autentični fragment nasleđa od globalnog značaja.

dodatni pokazatelj bogate raznolikosti i doprinosa različitih naroda sveukupnom i univerzalnom kulturnom nasleđu (Prilog 19). Iako su kulturne rute proizašle podjednako iz istorijski mirnih i neprijateljskih susreta, one neosporno predstavljaju brojne zajedničke dimenzije različitih kultura na nekom prostoru (du Cros and McKercher, 2015).

Snažnu podršku u održivom turizmu koji se bazira na nasleđu može pružiti i održivi marketing kulturnog nasleđa. U pristupu održivog marketinga diskusija o autentičnosti nasleđa treba da zauzme jednu od centralnih pozicija, jer pažnju i angažovanje savremenih turista privlači upravo ovaj detalj. Pored toga, marketing mora biti u poziciji da zagovara zaštitu i očuvanje nasleđa, što i jeste tendencija u brojnim destinacijama sveta. A tu su i neke druge odlike savremenog marketinga u turizmu kulturnog nasleđa: trend postmoder-

nizma koji traži utehu u prošlosti, negovanje anti-fundacionalizma i zagovaranje pluralizma. Postmodernizam traži utehu u prošlosti, umesto da razvija progresivnu orijentaciju ka nepoznatoj budućnosti. Takođe, on ima nostalgичne veze sa prošlošću i traži estetiku prošlih vremena. Ovo gledište pojačava potražnju potrošača za objektivnom i iskrenom autentičnošću. Dalje, sadašnje vreme je u svom anti-fundacionalizmu poznato po dekonstrukciji onoga što je tradicionalno. Preterani ili konvencionalni načini života koji su proizveli konzumeristički pristupi jesu proizvod prošlog vremena. Potražnja za ekološkim i održivim marketingom je sve izraženija. Najzad, pluralizam podrazumeva relativizam i zagovara izbegavanje apsolutne istine. Različitost prisutna u ovom pristupu je ta koja se ceni. Multikulturalnost je zapravo nusprodukt ovog fenomena (Chhabra, 2010).

## Regeneracija gradova, industrijsko nasleđe i turizam

Od osamdesetih godina 20. veka urbana regeneracija i turizam u Evropi su postali tesno povezani sa pojavom fenomena kulturne regeneracije. Ovakvi pristupi u urbanom razvoju su zauzeli značajno mesto i pojavljuju se u planovima vlada i agencija u čijim nadležnostima su upravo pitanja regeneracije. Jedan od razloga zašto su neki postindustrijski gradovi napredovali od ekonomskih kriza sedamdesetih i osamdesetih godina 20. veka je upravo taj što su se okrenuli kulturnim investicijama i kreativnosti u kontekstu urbanog pada i obnove. Iskorišćeni potencijal za kulturni razvoj može da podstakne konkurentsku prednost i poboljša kvalitet života. Gradovi sprovode strategije kulturnog razvoja da bi podstakli unutrašnja poslovna ulaganja, povećali potrošnju stanovnika i turista, poboljšali imidž grada i kvalitet života na lokalnom nivou. U kontekstu urbane regeneracije, kultura se definiše široko, a može uključiti i elemente nasleđa, poput arhitekture (Kennell, 2013). Ovakve trendove je značajno podstakla deindustrijalizacija, koja je od presudnog značaja za prelazak radne snage iz proizvodnog u uslužni sektor. Mnogi su u tom procesu svoja radna mesta u industriji zame-



► **Slika 48.** Svilara – nekada fabrika, a danas kulturna stanica u Novom Sadu

Foto: V. Stojanović

nili za ona u uslužnom sektoru. Proces deindustrijalizacije je karakterističan za velike deindustrijalizovane nacije, mada je njegova jačina bila neujednačena od jedne do druge zemlje (Mackinnon and Cumbers, 2007). Deindustrijalizacija je uticala i na to da se nekadašnja industrijska postrojenja u gradovima, kao deo kulturnog nasleđa, vide u svojstvu turističkog potencijala, pa je u tom konceptu afirmisan i pojam turizma industrijskog nasleđa (Stojanović i Janjušević, 2018; Stojanović, 2022).

Analiza održivog korišćenja industrijskog nasleđa je pitanje održivog razvoja gradova (Sýkora et al., 2010) i okružujućih regija, a veoma često se pronalazi i u konkretnim studijama slučaja. Idrija u Sloveniji je tek jedan od takvih primera. U ovoj destinaciji se potencira povezanost prirodnog i tehnološkog razvoja, uočljiva posebno u razvoju rudarstva tokom prethodnih 500 godina. Nakon gašenja rudarstva šansa privrednog razvoja je otkrivena u turizmu, koji se zasniva na zaštiti rudarskog nasleđa, a počiva i na edukaciji o povezanosti ljudi i prirode. Zaštita industrijskog nasleđa ovde se vidi kao dužnost lokalnih autoriteta (Gorjup-Kavčič et al., 2010). Zatim, prepoznatljivost industrijskog nasleđa je potvrđena i upisom nekih objekata takvog nasleđa na listu Svetske kulturne baštine (Prilog 20). U 2014. značaj najstarije moderne fabrike za tkanje svile u Japanu (Tomiooka Silk Mill) je istaknut upravo upisom na listu Svetske kulturne baštine. Fabrika godišnje primi oko 250.000 posetilaca, a broj se povećava od njenog upisa na pomenutu listu. Ovo industrijsko postrojenje su osnovali japanski autoriteti 1872. godine u nastojanju da modernizuju proizvodnju svile i to kako bi se zadovoljila izvozna potražnja. Fabrika je prodana u privatno vlasništvo 1893. godine, menjajući vlasnike nekoliko puta pre nego što je na kraju obustavila proizvodnju 1987. godine. Lokalna zajednica je podržala napore da se prepozna kao kulturno nasleđe, nadajući se da to može podstaći turizam. Ovo se najzad i dogodilo, uz porast obima prometa u restoranima i prodavnicama suvenirra (Holloway and Humphreys, 2016).

U Novom Sadu je nekadašnja fabrika za bojenje svile preostala kao jedan od retkih materijalnih dokaza tradicije svilarstva u Vojvodini. Na rubu istorijskog jezgra i dela grada poznatog kao Almaški kraj, ovaj objekat evocira seća-

nje na industrijsku delatnost, koja je na ovom mestu opstajala do sedamdesetih godina 20. veka. Rekonstrukcijom starog industrijskog objekta otvoren je novi prostor za kulturne aktivnosti i sadržaje – Kulturna stanica Svilara (Slika 48). Projekat zaštite i očuvanja Svilara kao objekta industrijskog nasleđa je pokrenula lokalna zajednica. Kulturna stanica Svilara je imala jednu od ključnih uloga u održavanju brojnih događaja tokom 2022. godine u kojoj je Novi Sad realizovao status Evropske prestonice kulture.

Održivi razvoj objekata industrijskog nasleđa se posmatra kao katalizator prostor-

no i društveno širih promena, koje uključuju i analizu potreba zajednica lokalnog stanovništva. Ovde je akcentat na ponovnoj upotrebi industrijskih postrojenja, što pruža šansu za uključivanje lokalnog stanovništva u procese rekonstrukcije industrijskog nasleđa. Takva rekonstrukcija u poslednjih nekoliko decenija uvažava karakter i integritet tih objekata. U sadejstvu sa ekonomskim pitanjima i investicijama, industrijsko nasleđe se veoma često vidi kao resurs za razvoj turizma. Turizam industrijskog nasleđa se bazira na: (1) obilasku industrijskih muzeja, eksterijera i predela; (2) poštovanju estetskih vrednosti arhitekture i

## Prilog 20. Industrijsko nasleđe Felklingena

Sarska oblast je odigrala ključnu ulogu u usponu nemačke industrijske moći u prvim decenijama 19. veka. Ugalj se ovde prilično lako eksploatisao, a takođe bilo je i rude gvožđa u velikim količinama, što je doprinelo razvoju napredne ekstraktivne industrije. To je dovelo do osnivanja privrednih postrojenja poput onih u Felklingenu, koja i danas izazivaju pažnju kao istinski hram industrijske ere. Do 1986. godine, dok industrija nije ostala bez posla, pružala se na površini od 600.000 m<sup>2</sup>. Bila je opremljena svim imponozantnim postrojenjima neophodnim za proizvodnju sirovog gvožđa, uključujući i šest visokih peći koje se uzdižu 55 metara iznad zemlje.

Prestanak rada ove industrije nametnuo je razmišljanje o novoj nameni svih njenih objekata. Standardna procedura u ovakvim slučajevima je podrazumevala rastavljanje visokih peći i prodaju svega što je od neke vrednosti za staro gvožđe. Ipak, do momenta kada je početak rušenja bio zakazan, cena starog gvožđa je toliko nisko pala da ne bi pokrila ni troškove samog rastavljanja. To je dovelo do razmatranja nekog novog rešenja. Sve te velike utihnule građevine, međusobno povezane petljom ogromnih cevi, zračile su veličanstvenošću i predstavljale simbol nečega što je ostavilo dubok trag u razvoju ove oblasti. Zato je prihvaćena ideja očuvanja Felklingenske železare kao spomenika tehničke kulture i 1994. godine, zahvaljujući Sarskom

odeljenju za zaštitu spomenika kulture, uvrštena je na UNESCO listu Svetske kulturne baštine. To je zapravo do tada bio jedini istorijski kompleks visokih peći koji je opstao i koji demonstrira ceo proces proizvodnje sirovog gvožđa, sa visokim stepenom autentičnosti i kompletnosti. Ubrzo su preduzeti prvi koraci popisa i restauracije objekata. Smišljena je strategija održavanja jer, za razliku od poznatijih spomenika sa liste Svetske kulturne baštine, ovaj neobičan kompleks je većinom sagrađen od gvožđa, koje bi s vremenom neizbežno korodiralo.

Nakon deset godina rada, i zahvaljujući zajedničkom naporu visokomotivisanog tima, skoro 70% kompleksa je obnovljeno. Površina sa putanjama koja je namenjena posetiocima pokriva 6.000 m<sup>2</sup>. Zbog uspeha započetih ideja, Sarska oblast je 1999. godine osnovala u felklingenskom industrijskom postrojenju Evropski centar za umetnost i industrijsku kulturu, kao noseću organizaciju u pokušaju da se osmisli novi koncept za spomenik industrijskog nasleđa. Akcentat je stavljen na njegov kulturni razvoj, a pri tom nije zanemaren ni ekonomski aspekt.

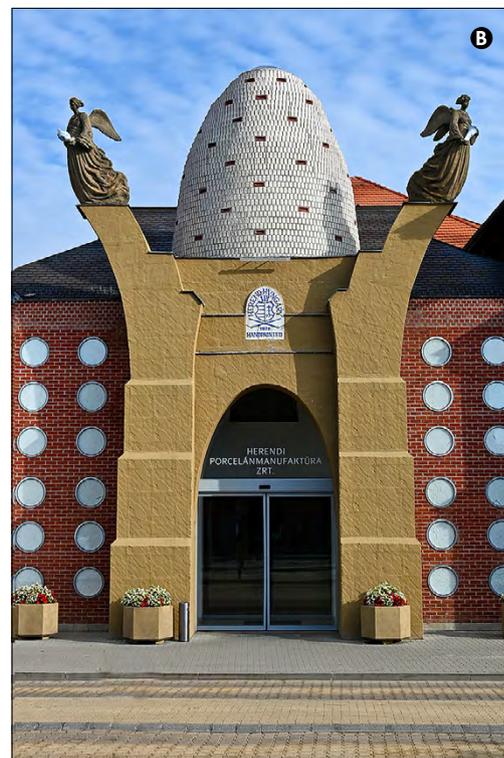
Novi koncept upravljanja posetiocima u 2000. godini je učinio da ovo mesto bude dostupno svima. Motiv za posetu više nije bio ograničen samo na industrijski karakter lokacije, već je obuhvatio imponozantni vizuelni kvalitet same građevine i razne projekte i doga-

đaje, koji su postali sastavni deo turističke ponude. Lokalitet je spektakularno osvetljen noću i to postavkom rasvete Hansa Petera Kuna (Hans Peter Kuhn), koja je tada bila najveća svetlosna skulptura na svetu.

U periodu od deset godina je više od dva miliona ljudi posetilo Felklingensku železaru. Izložbe održane na ovom mestu su takođe počele da istražuju nove koncepte. U nekoliko poslednjih decenija 20. veka muzeji, arhive, biblioteke i pozorišta su težili tome da se sjedine i oforme novi kulturni obrazac. Muzejske izložbe su usvojile ne samo scenske elemente pozorišta, već takođe i njegovu temu i cilj, odnosno, istraživanje ljudske sudbine. Ovaj pristup je usvojen u Felklingenu i sveobuhvatni kulturni program koji je tamo organizovan je postao velika atrakcija. Neke od značajnih izložbi postavljene su u sali sa kompresorom, površine 6.000 m<sup>2</sup>, a privukle su 200.000 posetilaca. Sklonište za rudu, površine 1000 m<sup>2</sup>, od 2008. godine se koristi kao izložbeni prostor za hiperrealistične „pop art“ skulpture. Konačno, jedinstveni dijalog između industrijskog nasleđa i prirode prezentovan je 2009. godine, kada je površina u okolini fabrike preobraćena u slikarsku baštu – delo pejzažne arhitekture. Tako je železara u Felklingenu krenula put novog života, kao spomenik industrijskog nasleđa, u jedinstvenom kontekstu novih formi interdisciplinarnih kulturnih aktivnosti (Grewenig, 2010).

► **Slika 49.** Fabrika za proizvodnju porcelana Herendi u Mađarskoj – A. lokalna prodavnica sa proizvodima od porcelana i B. ulaz u fabriku

Foto: V. Stojanović



artefakata i (3) uživanju u nematerijalnoj baštini kroz učestvovanje u kulturnim događajima, koji su zasnovani na industrijskoj tradiciji (Feifan Xie, 2015).

Rast popularnosti turizma industrijskog nasleđa može se pripisati erodiranju granica između „nasleđa nedavne prošlosti“ i „budućeg nasleđa“. Ovaj oblik turizma je posledica trenda u kome društva i kulture proizvode nove tradicije zasnovane na znanju o prošlosti i kulturnim praksama uspostavljenim kroz istoriju. Turizam industrijskog nasleđa je mešavina stvarnog i zamišljenog, koja industrijskim atrakcijama daje posebno značenje. Shodno tome, nekadašnja industrijska mesta postala su segment „retro mode“, sve više su romantičizovana i sanirana kao deo komodifikacije i postindustrijalizacije. Druga strana ovakve nostalgije, koju promoviše turizam industrijskog nasleđa, jeste zabrinutost zbog uticaja postindustrijalizacije na zapadna društva, kao i zbog postmoderne ekonomije u kojoj se beleži porast kompjuterizovanih i automatizovanih proizvodnih tehnologija. Tradicionalna industrija, uključujući brojne lokacije koje se nalaze pod zemljom (npr. rudnici) ili na površini zemlje (npr. elektrane), pruža turistima nostalgičnu naklonost i nova iskustva. Pojmovi koji dodatno opisuju turizam industrijskog nasle-

đa su: „industrijska uzvišenost“, „nostalgija za nestalim znamenitostima“ ili „muzejifikacija industrijskog predela“ (Feifan Xie, 2015).

Interesovanje za industrijsko nasleđe se u poslednje vreme proširilo i sada obuhvata želju posetilaca da posmatraju i savremena industrijska postrojenja (Slika 49). Jedan broj kompanija je prepoznao mogućnost za ostvarivanje dobrih odnosa sa javnošću, kroz otvaranje svojih vrata posetiocima, omogućujući tako posetu nekoj radionici ili lokalnom muzeju industrijskog nasleđa. U pojedinim slučajevima čak se dozvoljava i uvid u rad dotične fabrike. Američke kompanije su bile među prvima koje su prepoznale vrednost odnosa sa javnošću ove vrste i u svom poslovanju. Posebno su automobilske kompanije dogovarale posete proizvodnim pogonima, gde su potencijalni kupci mogli da posmatraju proizvodnju automobila. Danas je ova praksa rasprostranjena u SAD i posebno je korisna onda kada se fabrike automobila ne nalaze u oblastima koje tradicionalno privlače turiste. Neke posete se rezervišu mesecima unapred, jer je tolika njihova popularnost. Trend iz SAD se preneo na evropske države, a izričito kada je reč o automobilskoj industriji Nemačke, Velike Britanije i Italije. Pored stvaranja dobrih odnosa s javnošću, postoje i komercijalni razlozi za razvijanje ovakvih trendova. Posmatranje pro-

izvodnih procesa, na primer u slučaju porcelana ili stakla, podstaći će interesovanje i za kupovinu proizvoda, a posetioci mogu to učiniti već

u fabričkim prodavnicama, koje i imaju za zadatak podsticanje turističke prodaje (Holloway and Humphreys, 2016).

## SVETSKA KULTURNA BAŠTINA I ODRŽIVI TURIZAM

UNESCO je osnovan 1946. godine sa izričitim ciljem da stvori uslove koji bi omogućili čovečanstvu da živi u trajnom miru. Statut organizacije kaže da je kroz istoriju čovečanstva nepoznavanje načina života između naroda bilo uzrok sumnje i nepoverenja, zbog kojih su razlike veoma često prerastale u ratove (UNESCO, 1946). UNESCO se protivi doktrini nejednakosti između ljudi i rasa, prihvatajući etiku kosmopolitske filozofije Imanuela Kanta (Immanuel Kant), tako što propagira obrazovanje kao sredstvo za postizanje intelektualne i moralne solidarnosti među ljudima. Učenje o drugima i unutar ove organizacije je vodeći princip ovakvih nastojanja. Istovremeno je prepoznato kako turizam, koji dovodi u uzajamni spoj pojedince i zajednice ljudi, a zatim i njihove kulture, igra važnu ulogu u omogućavanju dijaloga i izgradnje mira (Picard, 2013).

Jedna od najprepoznatljivijih i globalno najuspešnijih normativnih akcija u oblasti zaštite nasleđa je UNESCO program Svetske baštine, kreiran Konvencijom o Svetskoj baštini 1972. godine. Konvencija omogućava ovoj organizaciji da, u saradnji sa državama članicama, sastavi listu lokalnih kulturnih dobara, koja predstavljaju „izuzetnu univerzalnu vrednost“ u smislu njihovog istorijskog, estetskog, umetničkog ili kulturnog značaja za čovečanstvo u celini (Picard, 2013). Svetska baština je kao međunarodno priznata oznaka veoma cenjena, jer predstavlja „međunarodni vrhunski turistički brend“, koji destinaciju može da svrsta u sam vrh svetske klase. Iz tog razloga UNESCO označavanje može biti fokusna tačka za nacionalne marketinške kampanje. Iako je turizam često motiv za traženje statusa Svetske baštine, turistički potencijal nije jedan od kriterijuma koji se koristi za identifikaciju potencijalnih lokaliteta (du Cros and McKercher, 2015). Bez obzira na to, status Svetske baštine je isto tako glavni kapital u stručnim i naučnim analizama o povezanosti ovog vida serti-

fikacije i kulturnog turizma, a naročito u onim analizama koje objašnjavaju i moguću korist za turističke destinacije od samog procesa nominacije i dobijanja statusa, kao i u nameri zaštite nasleđa, smanjenja siromaštva i održivog razvoja (Hall and Page, 2014; Mowforth and Munt, 2016; Edgell, 2020).

Kandidati za status Svetske baštine moraju da zadovolje najmanje jedan od deset propisanih kriterijuma kako bi bili uzeti za razmatranje upisa na listu. Šest kriterijuma se posebno tiče lokaliteta kulturne baštine, jer oni ističu da takvi lokaliteti:

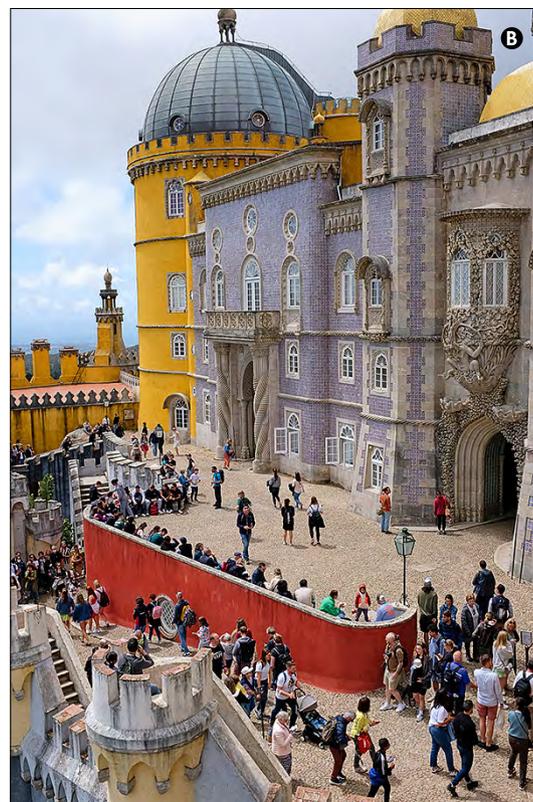
- predstavljaju remek delo čovekovog stvaralačkog genija,
- demonstriraju u značajnoj meri razmenu čovekovih vrednosti, u vremenskom periodu ili unutar kulturnog područja sveta, u oblastima razvoja arhitekture ili tehnologije, umetnosti, urbanog planiranja ili predeonog dizajna,
- daju jedinstveno ili barem izuzetno svedočanstvo o kulturnoj tradiciji ili civilizaciji koja živi ili je nestala,
- jesu izvanredan primer izgrađenog objekta, arhitektonske ili tehnološke celine ili predela, koji ilustruje značajnu razvojnu fazu u ljudskoj istoriji,
- jesu izvanredan primer tradicionalnog ljudskog naselja, korišćenja zemljišta ili mora, koji je reprezentativan za kulturu ili demonstraciju interakcije čoveka sa životnom sredinom, posebno kada je ona postala ranjiva pod uticajem nepovratnih promena,
- jesu direktno ili opipljivo povezani sa događajima ili živim tradicijama, idejama ili verovanjima, sa umetničkim i književnim delima od izuzetnog univerzalnog značaja (UNESCO, 2008).

Značaj statusa Svetske baštine za turizam se ogleda i u činjenici kako su ova mesta „ma-

gneti za posetioce“, kao i u tome da oznaka Svetske baštine „praktično garantuje da će se broj posetilaca povećati“. Zaista, često se sugeriše da UNESCO oznaka povećava popularnost lokaliteta i destinacija kod raznih profila posetilaca. Međutim, mnoge tvrdnje u vezi sa turističkom atraktivnošću lokaliteta Svetske baštine često su zasnovane i na izuzetno slabim empirijskim dokazima, koji ne razmatraju lokalitete u kontekstu trendova poseta u dužem periodu. To ne znači da lokaliteti mogu biti neprivlačni za posete, već da je privlačnost prvenstveno izvedena iz drugih atributa. Ipak, u preduzetim istraživanjima većina menadžera lokaliteta Svetske baštine je smatrala kako je efekat ove oznake na turizam bio ili „pozitivan“ ili „izuzetno pozitivan“, dok se ubedljiva manjina izjasnila o „izrazito negativnom“ uticaju statusa na turistički razvoj (Hall and Page, 2014). Druga istraživanja i autori isto potvrđuju da je turistički značaj objekata Svetske baštine, često i upravo izveden iz samog statusa baštine. Pošto su posećivani, proučavani i razmatrani od strane turista, lokaliteti Svetske baštine stvaraju novu vrstu globalne topografije, kroz koju se izlaže specifična konfiguracija i interpretacija svetske istorije,

kao objedinjujućeg narativnog okvira za priče o zajedničkom čovečanstvu i o svetskom građanstvu. Postoje uverljivi dokazi da interkulturalni dijalog i promocija miroljubivih odnosa među ljudima efektivno dovode do mirnijih odnosa i kosmopolitskih osećanja. Turizam ovde ima potencijal da igra važnu ulogu, jer efikasno dovodi ljude u uzajamni kontakt (Picard, 2013). Ipak, neke zajednice mogu biti i razočarane ukupnim efektom koristi od turizma i nakon upisa lokaliteta na listu Svetske baštine, jer neće dobiti očekivano. Lokaliteti u blizini velikih destinacija i turističkih tržišta privlače posetioce, dok udaljeni lokaliteti često nemaju nikakve koristi od UNESCO oznake. U istraživanju iz Velike Britanije je zaključeno da je samo jedan od četiri lokaliteta Svetske baštine zabeležio veliki porast broja posetilaca nakon dobijanja statusa, dok većina nije prošla kroz takvu promenu. Blizina glavnih turističkih čvorišta, popularnost i imidž pre imenovanja igraju ključnu ulogu i u naknadnom razvoju turizma (Slika 50). Pored toga, činjenice kao što su koncentracija kulturnih dobara ili drugih atrakcija u blizini mogu imati bitnu ulogu, posebno ako suštinski definišu potencijal destinacije. Ukratko, lokaliteti koji su već popu-

► **Slika 50.** Na posećenost lokaliteta UNESCO Svetske kulturne baštine utiče i blizina drugih velikih odredišta i destinacija – A. Efes kao deo mediteranske turističke regije (Turska) i B. Sintra u zaleđini Lisabona (Portugalija)  
Foto: V. Stojanović



larni verovatno da će imati još više koristi, dok udaljene ili sporne lokacije mogu generisati malo novih posetilaca. Slično ovome, tvrdi se da oznaka Svetske baštine može igrati određenu ulogu u odluci o poseti, ali to ipak više zavisi od sposobnosti menadžmenta destinacije da stavi naglasak na osnovne kulturne vrednosti lokaliteta i da ove elemente učini dostupnim i u službi interpretacije (du Cros and Mc-Kercher, 2015).

Sledeća važna stavka analize o povezanosti lokaliteta Svetske baštine i turizma odnosi se na specifičan način upravljanja ovim lokalitetima, kao savremenim turističkim proizvodima i destinacijama. Iako je turizam ograničen zbog međunarodne politike, postoje brojne oblasti ove delatnosti koje podležu međunarodnim konvencijama, tako da direktno ili indirektno utiču na tokove turista ili razvoj turizma. Tako je i ova delatnost postala podložna onome što se opisuje kao upravljanje na više nivoa. U tome destinacije i pojedinačni turistički proizvodi podležu strukturama upravljanja na različitim nivoima, gde lokalne, regionalne, nacionalne i nadnacionalne institucije

i agencije imaju neku ulogu. Konvencija o Svetskoj baštini se smatra za jedan od najznačajnijih i najuspešnijih međunarodnih sporazuma o nasleđu. Ratifikacija Konvencije nameće obaveze onima koji je potpišu. Štaviše, Konvencija o Svetskoj baštini je primer „tvrđog“ međunarodnog prava, koje se odnosi na čvrsta i obavezujuća pravna pravila. „Meko“ međunarodno pravo je takođe značajno za Svetsku baštinu. Meko pravo se odnosi na regulatorno ponašanje koje, pošto nije predviđeno ugovorom, nije tako obavezujuće kao tvrdo pravo. Primeri mekog prava uključuju preporuke ili deklaracije, koje pružaju međunarodne konferencije, agencije i udruženja. Inače, suština Konvencije o Svetskoj baštini čini je veoma dobrim primerom upravljanja na više nivoa. Na primer, nacionalne vlade podnose nominaciju Komitetu za Svetsku baštinu, gde ih zatim analiziraju stručnjaci iz nevladinih organizacija za nasleđe. Ako su nominacije lokaliteta prihvaćene, nacionalne vlade u dogovoru sa regionalnim vladama i raznim upravljačkim agencijama tada imaju odgovornost da na odgovarajući način upravljaju lokalitetima Svetske baštine (Cooper and Hall, 2008).

## KATEGORIJE NEPOKRETNIH KULTURNIH DOBARA U SRBIJI

Prema Zakonu o kulturnom nasleđu ono se može svrstati u grupu materijalnog i nematerijalnog. Materijalno kulturno nasleđe su stvari i tvorevine materijalne i duhovne kulture od opšteg interesa, koje uživaju posebnu zaštitu utvrđenu zakonom. Materijalno nasleđe čine nepokretna i pokretna kulturna dobra. U nepokretna kulturna dobra spadaju:

- Kulturni predeo, označava područje nastalo kao rezultat međusobnog delovanja kulture i prirode, odnosno ljudi i njihovog prirodnog okruženja. Kulturni predeo odražava evoluciju ljudskog društva i naselja tokom vremena, načine održivog korišćenja zemljišta, uslovljene ograničenjima i karakteristikama prirodnog okruženja, kao i sukcesivnim društvenim, ekonomskim i kulturnim uticajima i specifičnim duhovnim odnosom prema prirodi.
- Prostorno kulturno-istorijska celina, jeste urbano ili ruralno naselje ili grupa pojedinih

načnih ili povezanih građevina koje zbog svojih arhitektonskih odlika, homogenosti ili položaja u prostoru poseduju posebne vrednosti sa kulturnog, istorijskog, umetničkog, etnološkog, antropološkog i naučnog gledišta.

- Spomenik kulture je pojedinačni nepokretni objekat od kulturnog, istorijskog, arhitektonskog, arheološkog, umetničkog, etnološkog, tehničkog, paleontološkog značaja ili drugog društvenog značaja.
- Arheološko nalazište je deo prostora na površini zemljišta i u zemljištu, u pećinama i pod vodom, koji sadrži ostatke pojedinačnih građevina, složene građevinske celine i druge objekte, konstrukcije i njihove delove, grobne celine i nekropole, ostave, pokretne predmete, antropološki, paleontološki i geološki materijal, kao i celokupan stratigrafski kontekst u kome se nalaze.

- Znamenito mesto je prostor vezan za događaj od posebnog značaja za istoriju, područje sa izraženim elementima prirodnih i radom stvorenih vrednosti kao jedinstvene celine, kao i spomen grobovi ili groblja i druga spomen obeležja koja su podignuta radi trajnog očuvanja uspomene na značajne događaje, ličnosti i mesta iz nacionalne istorije, od posebnog kulturnog i istorijskog značaja (Službeni glasnik Republike Srbije, br. 129/2021).

U pokretna kulturna dobra se ubrajaju: muzejska građa, arhivska građa, filmska i ostala audiovizuelna građa, stara i retka biblioteka građa.

Nematerijalno kulturno nasleđe označava prakse, prikaze, izraze, znanja, veštine, kao i instrumente, predmete, artefakte i kulturne prostore koji su s njima povezani, a koje zajednice, grupe i pojedinci prepoznaju kao deo svog kulturnog nasleđa. Ono se prenosi s generacije na generaciju, zajednice i grupe ga iznova stvaraju, u zavisnosti od okruženja i njihove interakcije sa prirodom, pružajući im osećaj identiteta i kontinuiteta. Na taj način promovisu poštovanje kulturne raznolikosti i ljudske kreativnosti.

Među raznovrsnim ciljevima zaštite i očuvanja kulturnog nasleđa ističe se i onaj koji treba da obezbedi uslove za održivi razvoj i korišćenje kulturnog nasleđa (Službeni glasnik

## Prilog 21. Kulturna dobra kao osnova održivog razvoja: primer opštine Bač

Teritorija opštine Bač poseduje bogato materijalno nasleđe, koje je važno za rekonstrukciju istorije i daleko šireg područja od onoga koje se nalazi u granicama ove vojvođanske opštine. Tri kulturna dobra su od posebnog značaja u takvoj rekonstrukciji kolektivnog pamćenja: Tvrđava Bač, Pravoslavni manastir Bođani i Franjevački samostan u Baču. Tvrđava u Baču je građena od 14. do 16. veka u osnovi nepravilnog petougaoznika. Ima dobro sačuvanu donžon kulu, trenutno preuređenu u muzejsko-izložbeni prostor. Manastir u Bođanima datira iz druge polovine 15. veka. Unutrašnjost manastirske crkve je prekrivena zidnim slikama Hristifora Žefarovića iz 1737. godine. Izgradnja celine Franjevačkog samostana je započeta u 12. veku. Pored elemenata romanike, gotike, renesanse, baroka i klasicizma, samostan ima i sačuvane detalje islamske arhitekture iz vremena turske vladavine. Kulturno-istorijsko nasleđe Bača je kompletirano i brojnim drugim objektima materijalnog nasleđa na području opštine.

Projekat Vekovi Bača je proistekao iz aktivnosti istraživanja, konzervacije, restauracije i revitalizacije tri vodeća i prethodno i ukratko opisana objekta materijalnog nasleđa. Osnovni pokretač je bilo saznanje da sačuvani kulturni predeo nije u dovoljnoj meri prepo-



▲ Slika 51. Tvrđava Bač

Foto: V. Stojanović

znat kao prednost i specifičnost čitavog područja, a cilj je bio usmeren ka dodatnoj valorizaciji nasleđa, kako bi se kroz planska i strateška dokumenta podstakao razvoj nerazvijene i depopulacione opštine na zapadu Vojvodine. Isticanje pojma razvoj i u punom imenu projekta – Razvojni projekat integrativne zaštite nasleđa opštine Bač, imao je za cilj da se kroz zaštitu nasleđa pokrene održivi razvoj opštine Bač (Vujović, 2016).

Projekat konzervacije i rehabilitacije Tvrđave Bač dobitnik je Nagrade Evrop-

ske unije i Evrope Nostre za kulturno nasleđe u 2018. godini, jer je omogućio da se Tvrđava Bač integriše u život lokalne zajednice. Takođe, ocenjeno je kako je projekat pokrenuo centar gde se stiče profesionalno znanje o konzervaciji nasleđa. Republika Srbija je 2022. godine predala nominacioni dosije „Kulturni predeo Bača“ za upis na UNESCO listu Svetskog kulturnog i prirodnog nasleđa Centru za svetsko nasleđe u Parizu.

Republike Srbije, br. 129/2021). Zakon o kulturnom nasleđu nije izričit u opisu održivog korišćenja kada je reč o posetama i turizmu, ali se zato u više navrata nasleđe spominje u Zakonu o turizmu, gde se kao jedno od ključnih načela vidi i održivi razvoj turizma, koji se zasniva na očuvanju prirodnih i kulturnih dobara (Prilog 21). Zakon predviđa da se strategijom razvoja turizma u Republici Srbiji moraju odrediti dugoročni ciljevi planiranja i razvoja turizma koji su u skladu sa ukupnim ekonom-

skim, socijalnim, ekološkim i kulturno-istorijskim razvojem. Kulturno nasleđe i dobra su važni i kod proglašavanja turističkog prostora, a u delu područja turističkog prostora koje istovremeno predstavlja područje zaštićenog prirodnog ili nepokretnog kulturnog dobra ili drugog zaštićenog područja, primenjuju se režimi zaštite i unutrašnji red u skladu sa propisima kojima se uređuje očuvanje i korišćenje tih dobara (Službeni glasnik Republike Srbije, br. 129/2021).

## ODRŽIVI KULTURNI TURIZAM

Kulturni turizam je jedan od najstarijih oblika turizma iz grupe posebnih interesovanja, pa i pored toga do danas nije potpuno i konačno definisan kao oblik turizma. Ljudi putuju iz razloga koji se danas opisuju kao kulturni turizam još od drevnih vremena (stari Grci, Rimljani, Egipćani). Mnogi neopravdano smatraju da je iskustvo kulturnih razlika ekvivalentno kulturnom turizmu, pa se onda neosnovano tvrdi da se još mnogo toga može obuhvatiti pojmom kulturnog turizma. Prema Ujedinjenim nacijama, kulturni turizam se opisuje kao kretanje ljudi do kulturnih atraktivnosti u gradovima i zemljama koje nisu u njihovom uobičajenom mestu stanovanja, sa namerom da se prikupe nove informacije i iskustva, a kako bi se zadovoljile kulturne potrebe. Kulturni turizam su sva kretanja ljudi ka specifičnim kulturnim atraktivnostima, kao što su mesta nasleđa, umetničke i kulturne manifestacije, umetnost i drama, a sve to u gradovima koji su van mesta prebivališta turista (du Cros and McKercher, 2015). Raznovrsnost ponude kulturnog turizma otvara mogućnost kreiranja podskupova sa različitim ponudama u jedinstvenom obliku turizma kakav je kulturni turizam. Sugerise se da kulturni turizam ne obuhvata samo potrošnju kulturnih proizvoda zasnovanih na prošlosti, već i savremena kultura i način života jednog naroda ili regije mogu isto tako biti deo ponude u proizvodnji kulturnog turizma. Kulturni turizam se stoga može posmatrati kao turizam nasleđa, koji se odnosi na artefakte prošlosti, ali i kao umetnički turizam, koji je u vezi sa savremenom kulturnom

produkcijom. Jasno je da pojam prošlosti i sadašnjosti u analizama definicije kulturnog turizma podrazumeva da se on zasniva kako na istoriji i nasleđu mesta i njegovih ljudi, tako i na njihovom savremenom životu. Iz toga proističe kako je umetnički turizam savremeni fenomen, koji se pretežno nalazi u sadašnjosti i verovatno da je više iskustven od turizma nasleđa (Smith, 2003).

Rast međunarodnog turizma i diverzifikacija turističkog proizvoda doveli su do povećanja potražnje za kulturnim aktivnostima, koje su sastavni deo iskustva posetilaca. Fenomen masovnog kulturnog turizma sve više postaje razlog za zabrinutost, bilo da se radi o širenju vikend aranžmana u istorijskim gradovima Evrope ili planinarenju u jugoistočnoj Aziji. Kulturni turizam sprovodi brojne uticaje koji se razmatraju i u smislu njihovog obuzdavanja ili upravljanja tim uticajima, gde se poseban naglasak stavlja na potrebe i perspektivu lokalnih i autohtonih zajednica (Smith, 2003). U svetlu ovakvih istraživanja posebno zabrinjava to što se kulturni turizam vidi i kao oblik novog imperijalizma. Analize o novom imperijalizmu potiču od tzv. teorije svetskih sistema koja objašnjava nejednaku distribuciju ekonomske i političke moći i njen razvoj kroz prostor i vreme. Prema ovakvoj perspektivi, celokupna svetska ekonomija se može posmatrati kao evoluirajući tržišni sistem u kome je uspostavljena ekonomska hijerarhija država sastavljena od jezgra, periferije i poluperiferije. Grupe država nisu tek „mesta“, već su to ona mesta na kojima se odvijaju određeni pro-

cesi (Fouberg et al., 2012). Takva podela je rezultat viševjekovnih ekonomskih ciklusa koji dominiraju dinamikom jedinstvenog svetskog sistema. Promenljivost sistema je sadržana i u tome da države u njemu mogu prelaziti iz jednog hijerarhijskog nivoa u drugi (Knox et al., 2014). Teorija koja postavlja odnos jezgro–periferija zapravo i objašnjava zavisnost siromašnih država u odnosu na bogate, a često i eksploatatorski odnos. Bogate države jezgra tako imaju prevlast nad perifernim nacijama i regijama sveta. Ovakav odnos se prelijeva i na turizam, a kao primer se uzimaju Karibi gde se čini da turizam uzima ulogu novog kolonijalizma. Step en do koga će se turizam posmatrati kao oblik imperijalizma ili ekonomske zavisnosti biće određen prirodom odnosa između metropolitanskog centra u nekoj državi jezgra i države periferije. Ako se radi o hegemonističkom odnosu, uticaj će biti prodoran i u društvenim i kulturnim sferama. Na primer, položaj lokalnog stanovništva može biti neupitan u potčinjenosti turistima, jer se to smatra inherentnim i često nasleđenim društvenim i kulturnim normama. Tri ekonomske činjenice potkrepljuju tvrdnju da je turizam novi oblik imperijalizma ili kolonijalizma: (1) zemlje u razvoju sve više zavise od turizma kao sredstva za obezbeđivanje prihoda; (2) veliki deo profita vraća se stranim investitorima, gde dolazi do značajnog odliva novca i (3) na stručnim i rukovodećim pozicijama se ne zapošljava stanovništvo iz lokalnih sredina (Smith, 2003).

Upravo zbog toga što kulturni turizam postaje sve značajnija komponenta globalne turističke privrede i zato što je sve zastupljeniji u novim vidovima turističke ponude (Mowforth and Munt, 2016), nameće se potreba njegovog razvoja i u kontekstu održivog razvoja. Usp on medija, društvenih mreža i promocija novih koncepcija putovanja, kao što su odgovorna putovanja i potraga za dubljim iskustvima kulturnog turizma, imaju i mogu dodatno imati implikacije na unapređenje održivog razvoja i kulturne raznolikosti. Međutim, neki izazovi i dalje ostaju, uključujući i to kada se insistira na potrebi za više svesti o održivom razvoju u svim sektorima kulturnog turizma (više zajedničkih sastanaka, konferencija i seminara, koji će podsticati interakciju ključnih aktera u kulturnom turizmu).

Osnova za analizu održivog razvoja kulturnog turizma pronalazi se u različitim vrstama odnosa između turizma i menadžmenta u kulturi, dve vodeće grupe zainteresovanih strana u ovom obliku turizma. Iako se prepoznaje napredak, jer oba sektora sve češće održavaju zajedničke konferencije i seminare, koji uključuju najmanje jednu sesiju pitanjima o interesu one druge zainteresovane strane, puno uvažavanje potreba i različitih motiva je još uvek u svom razvoju. Postoji pet važnih analiza za bolje razumevanje održivog kulturnog turizma:

- **Izazovi trostrukog principa održivog razvoja.** Primena ekološkog, socio-kulturnog i ekonomskog principa održivog razvoja gotovo uvek predstavlja izazov, pa i u slučaju kulturnog turizma. Za neke zainteresovane strane ekonomska održivost ima prioritet, pa vrednost kulturnih dobara može biti ugrožena, a interesi zajednice lokalnog stanovništva zanemareni. Za druge zainteresovane strane održivost može biti izgovor za sprečavanje dodatnog korišćenja kulturnih dobara u turizmu, iza čega stoji stav da će svako turističko korišćenje dovesti do degradacije nekog lokaliteta. Holistička filozofija trostrukog principa održivog razvoja pruža mnoge prednosti za sektor turizma, uključujući mogućnost da se poboljša povezanost zainteresovanih strana i minimalizuju negativni društveni i ekološki uticaji, ali je često sve to teško primeniti u praksi. Postoji i opasnost da se principi koriste neiskreno, kao vid upravljanja koji doprinosi reputaciji onih koji to primenjuju, a da je stvarna posvećenost nedovoljna. Posebni izazovi za kulturni turizam je raznovrsnost proizvoda kulturnog turizma (npr. kulturni predeli, kreativne industrije, religiozni, nematerijalno nasleđe i drugo). Neke mere za podsticanje održivosti mogu biti zajedničke svima, ali svaki proizvod ima i svoje posebnosti. Generička politika održivog razvoja može da obezbedi širok okvir primene određenih akcija, ali može biti i nejasna u konkretnom i drugačijem kontekstu. Ovo se tiče i toga da nemaju sva kulturna dobra identičan turistički potencijal, a nemaju ni svi lokaliteti istu mogućnost da se nose sa velikim brojem turista. Na primer, za neka

kulturna dobra ekonomska optimizacija može predstavljati dobru upravljačku strategiju, a za druga je prikladan pristup koji je više oslonjen na zaštitu i očuvanje. Postoje i kulturna dobra koja zahtevaju kombinaciju oba prethodno pomenuta pristupa. Najzad, istovremeno postizanje ekološkog, socio-kulturnog i ekonomskog principa održivog razvoja može biti otežano, jer težnja ka jednom cilju ometa postizanje ostalih. Drugim rečima, ono što je dobro za zaštitu nije nužno dobro i za turizam, a ono što je dobro za turizam retko je dobro za zaštitu.

- **Paralelni razvoj turizma i menadžmenta u kulturi.** Različite uloge koje imaju turizam i kulturni menadžment naglašavaju duboku podelu između ova dva sektora, jer dele malo toga zajedničkog osim baze resursa. Svaki sektor se razvijao nezavisno sa različitim osnovnim ideologijama i vrednostima, kako bi služio različitim grupama zainteresovanih strana, različitim političkim predvodnicima i to da bi postigao različite ciljeve i obavljao značajno različite uloge u društvu. Profesionalci u turističkoj privredi vrednuju kulturna dobra kao „sirovine“ za svoje proizvode u stvaranju turističke aktivnosti i blagostanja. Stručnjaci za upravljanje umetnošću ili nasleđem vrednuju ista dobra na drugačiji način. U značajnoj meri, praktičari iz oba sektora i dalje rade paralelno, sa malo stvarnih dokaza o saradnji potrebnoj za formiranje istinskog partnerstva. Menadžment kulturnih dobara se razvijao u težnji da sačuva i zaštiti reprezentativni uzorak nasleđa za budućnost. Menadžment u umetnosti se razvijao kao sredstvo za postizanje kreativnosti što takođe može imati očiglednu ekonomsku vrednost, pa odatle i potiču kreativne industrije. Nasuprot tome, turizam je u suštini komercijalna delatnost kojom dominira privatni sektor i vođena je profitom ili željom vlada da postignu ekonomske ciljeve. Njegovi akteri imaju tendenciju da zagovaraju ciljeve komercijalnog sektora. Zbog ovakvog fokusa, turizam je mnogo više zainteresovan za upotrebnu vrednost dobara, nego za njihovu suštinsku vrednost. Profesionalci u turističkoj privredi obično dolaze

iz komercijalnog sveta koji se oslanja na postulate poslovne edukacije.

- **Razvoj uzajamnih odnosa u rasponu od dobrih saradnika do konkurenata.** Odnos između turizma i menadžmenta kulturnog nasleđa se često posmatra u kontekstu neminovnog sukoba. U nekim slučajevima konflikt može biti od koristi, jer usmerava pažnju na nešto što treba promeniti u korist svih zainteresovanih strana. Ipak, postoji i mnogo primera u kojima se uspostavljaju uspešna partnerstva, posebno u brojnim inicijativama u vezi sa brigom o lokalnom stanovništvu. Partnerstva će verovatno nastati i onda kada zainteresovane strane poštuju jedna drugu, imaju direktan interes za pitanja o kojima se raspravlja i traže pragmatična i kompromisna rešenja. Na drugoj strani, do sukoba može doći direktno, tamo gde postupci određenih grupa utiču na nečije blagostanje ili indirektno, gde postoji opšti i prodorniji osećaj nenaklonosti ili nespremnosti da se uvažavaju stavovi drugog. Verovatno je da će se sukobi pojaviti i u situacijama oskudice resursa, kada postoji percepcija da će jedna grupa imati korist na štetu druge, zatim kada jedna strana zastupa interese štetne po interese druge strane, kada glasna manjina pokušava da otme diskusiju u lokalnoj zajednici i kada novi korisnici predstavljaju pretnju u određenom pristupu. Ako se ne razreši, sukob između korisnika kulturnog dobra može da pređe sa suštinske i intelektualne strane na onu koja je lične i emotivne prirode. Namećanje turizma, kao novog moćnog i veoma konkurentnog aktera, može poremetiti dugogodišnju status quo poziciju, a zatim i uvesti stabilne sisteme u neravnotežu dok se novi, ali veoma izmenjen oblik stabilnosti ponovo ne pojavi.
- **Tipovi odnosa između turizma i menadžmenta u kulturi.** Na suštinu odnosa utiče i vrsta određenih dobara kulturnog nasleđa, s obzirom na to da svako ima svoju specifičnu grupu zainteresovanih strana pa, prema tome, i svoja jedinstvena pitanja u vezi sa karakterom odnosa. Isto tako, različiti obrasci korišćenja kulturnih dobara stvaraju različite odnose. Na primer, pasivna poseta, gde turisti jednostavno posma-

traju segmente nasleđa, npr. kao u slučaju lutanja kroz istorijske predele i ulice, najmanje je nametljiva. Iskustveno aktivnom potrošnjom, na primer kroz posete muzejima, umetničkim galerijama, verskim objektima, tematskim parkovima, ili na živim nastupima, generalno se može lako upravljati. Međutim, iskustveno aktivna potrošnja koja je povezana sa materijalnim kulturnim vrednostima, može se pokazati kao problematična. Na primer, restorani i noćni klubovi, koji se nalaze u renoviranim istorijskim zgradama, tipični su primeri korišćenja nasleđa koje izaziva štetne posledice. Najzad, postoji šest mogućih tipova odnosa između turizma i menadžmenta u kulturi, koji se nalaze duž skale i u rasponu od partnerstva do konflikta (Tabela 17).

- **Neuspeh u razumevanju potreba podjednako menadžmenta u kulturi i turizma može rezultirati neoptimalnim pružanjem iskustava kulturnog turizma i kontinuiranim neodrživim razvojem ove delatnosti.** Sve to može uticati i na smanjeni obim poseta i smanjeno zadovoljstvo, što ugrožava ekonomsku održivost kulturnog dobra. Ono što je još opasnije, ishodi mogu značiti nastavak visokog nivoa po-

sećenosti bez signaliziranja na opasnost u vezi sa tim kako će se kulturno dobro koristiti. Ovo dovodi do toga da turisti sami definišu svoje iskustvo. Turista koji se dodaje može biti destruktivan. Zatim, odbijanje turističkih aktera da prihvate kako kultura i kulturna dobra imaju sopstvene legitimne unutrašnje vrednosti i da su te vrednosti značajne za druge korisnike, može uticati na to da turizam nadvlada karakter kulturnog dobra i ošteti samu suštinu onoga što ga čini privlačnim. Dalje, neuspeh nekih grana turističke privrede da objasne suštinske vrednosti umanjuje kvalitet pruženog iskustva. Štaviše, neetičke radnje koje podstiču neprikladno korišćenje mogu direktno dovesti do uništenja kulturnog dobra ili otvorenog sukoba sa lokalnim zajednicama. Na sreću, sve veći broj menadžera kulturnih dobara shvata da turizam igra važnu ulogu u ukupnom upravljanju i turističkoj prezentaciji. Oni zato rade na uključivanju turističkih potreba u svoje aktivnosti i nastoje da razviju proizvode i iskustva koja zadovoljavaju interese turističke privrede. Štaviše, jedan broj profesionalaca u turizmu sada shvata da se kulturni turistički proizvodi moraju tretirati

**Tabela 17.** Mogući odnosi između turizma i menadžmenta u kulturi

Skala partnerstvo–sukob					
Puna saradnja	Radni odnos	Mirna koegzistencija	Blaga iritacija	Konflikt u nastajanju	Potpuni konflikt
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Pravo partnerstvo na obostranu korist oba sektora</li> <li>▶ Smislen i redovan dijalog</li> <li>▶ Interesi su dobro izbalansirani</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ostvarivanje zajedničkih potreba i interesa</li> <li>▶ Započinjanje dijaloga</li> <li>▶ Rad na tome da interesi i jedne i druge strane budu zadovoljeni</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Deljenje istog resursa</li> <li>▶ Nekakav dijalog, ali mala saradnja ili prepoznavanje potrebe za saradnjom</li> <li>▶ Izvlačenje zajedničke koristi od korišćenja dobra, ali i dalje u velikoj meri odvojeno i nezavisno</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Mešanje cilja koje se može pripisati jednoj zainteresovanoj strani</li> <li>▶ Smanjeno zadovoljstvo kao rezultat kontakta</li> <li>▶ Jedna zainteresovana strana ima negativne efekte, nedostatak razumevanja među zainteresovanim stranama, ali bez stvarnog neprijateljstva</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Pojavljuju se problemi bez lakih rešenja</li> <li>▶ Promena odnosa moći sa pojavom jednog dominantnog stejkholdera čije su potrebe štetne za drugu zainteresovanu stranu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Otvoreni sukobi i neprijateljstvo između zainteresovanih strana</li> </ul>

Izvor: du Cros and McKercher, 2015.

rati na nešto drugačiji način od ostalih turističkih proizvoda i da postoje kako bi zadovoljili više od uskih interesa turizma (du Cros and McKercher, 2015).

Najzad, bez obzira na to što je oslonjen na društvo i kulturne resurse, kulturni turizam ne sme biti odvojen od životne sredine i tendencija njenog očuvanja. Od vitalnog je značaja da ako kulturni turizam želi da razvije svoje ekološke performanse i značajno posta-

ne održiviji, onda njegove institucije moraju da rade na održiviji način, kroz razvijanje širih i snažnijih veza sa privredom i zajednicom lokalnog stanovništva. Takođe, kao oblik turizma on mora da pruži veću podršku ekološkim inicijativama i inicijativama za zaštitu životne sredine i prirode. Kroz ovakav pristup, razvoj kulturnog turizma će biti daleko bolje pozicioniran u aktuelnim fluktuacijama potražnje i promene trendova i biće u prilici da se bavi pretnjama koje se mogu pojaviti (Leslie, 2005).

# SERTIFIKACIJA I MONITORING ODRŽIVOG TURIZMA



Sertifikacija se kao vid samoregulacije turističke privrede može opet prepoznati u tendencijama zelenog konzumerizma. Zeleni konzumerizam je pokret koji obuhvata proizvodnju, potrošnju i preferencije potrošača zasnovane na ubeđenjima o zaštiti životne sredine. U okolnostima zelenog konzumerizma potrošač je spreman da izdvoji više novčanih sredstava za proizvode koji su ekološki prihvatljiviji i manje štetni po životnu sredinu, a neretko i da menja preferencije na osnovu podataka o standardima kompanija u oblasti zaštite životne sredine.

S obzirom na to da su problemi životne sredine postali deo šireg kulturnog konteksta može se očekivati da zeleni konzumerizam neće gubiti na svojoj snazi ni u dolazećim vremenima. Kao primer kompanije koja je duže posvećena prihvatanju trendova zelenog konzumerizma može se istaći kozmetička kuća „The Body Shop“, koja ima preko 3.000 prodavnica u svetu. Ova kompanija u periodu od ranih devedesetih godina 20. veka insistira na uključivanju globalnih ekoloških problema u vlastito poslovanje. U 2022. godini „The Body Shop“ je zajedno sa „Cruelty Free International“ prikupio 8.300.000 potpisa širom sveta, kao apel za okončanje testiranja kozmetike na životinjama i to na globalnom nivou.

Onako kako su prisutni „zeleni“ potrošači, tako se na turističkom tržištu mogu uočiti „zeleni“ turisti. Oni takođe pokazuju odgovornost, a brigu o životnoj sredini demonstriraju posredstvom vlastitog ponašanja. Odgovor na turističkom tržištu na zelenu agendu iz konzumerizma doveo je do pojave niza pojmova koji dokazuju određeni stepen diferencijacije turističkih proizvoda (npr. alternativni). Pošto pripadaju selektivnim oblicima turizma, oni odražavaju ekološke i društvene trendove od osamdesetih godina 20. veka i neosporno je da su privukli značajnu pažnju u marketinškoj terminologiji (Leslie, 2012).

Jedan od prvih nagoveštaja preuzimanja tendencija zelenog konzumerizma na polju turizma bila je i pojava knjige „Dobri turista“ 1991. godine, koja je poslužila i kao praktičan vodič za ono što svako može da uradi posle putovanja i u nameri postizanja nekog cilja ili pružanja pomoći lokalnim zajednicama. Ovaj priručnik

savetuje turiste kako da se ponašaju ekološki odgovorno. Empirijska istraživanja iz druge polovine devedesetih godina su potvrdila porast saznanja o štetnom uticaju turizma, pa je u sprovedenim anketiranjima zabeleženo sve više zabrinutih pojedinaca za negativan učinak turizma u odnosu prema životnoj sredini. Takođe, istraživanja su potvrdila i to da ispitanici ne veruju da turistička privreda čini dovoljno za smanjenje pritiska na životnu sredinu, a posebno u poređenju sa drugim privrednim granama. Takođe, postoje i činjenice koje idu u prilog tome da su se ovakve okolnosti kasnije i menjale (Holden, 2008), pa je na sreću danas sve više dokaza da se pravi zeleni konzumerizam manifestuje u turizmu kroz pojavu segmenta „zelenih putnika“. Empirijski pokazatelji sugerišu da je ovo još uvek bio mali segment ukupnog turističkog tržišta početkom 21. veka, svega oko jedan procenat, ali je i onaj koji, kao i zeleni konzumerizam uopšte, brzo raste i postaje sve više zastupljen (Leslie, 2012).

„Zeleni putnici“ se opisuju sledećim odlikama: „zeleni“ potrošač, osetljiv na lokalne kulture, svestan zabrinutosti za socijalnu pravdu, nezavisniji i pronicljiviji, poznaje pitanja o životnoj sredini, preferira fleksibilne i spontane rute, pažljivo procenjuje turističke proizvode unapred, traga za autentičnim i smislenim iskustvima, želi da ima pozitivan uticaj na destinaciju i motivisan je vlastitom željom (Weaver and Lawton, 2014). Udaljavajući se od masovnog turizma, postmoderni putnici žele da budu uvereni kako njihovo korišćenje turističkih usluga i njihovo prisustvo u turističkim destinacijama neće oštetiti resurse koje posećuju. Razvoj direktne prodaje, povećanje broja specijalizovanih turoperatora i konsolidacija nezavisnih putovanja pružili su platformu potrošačima u potrazi za alternativnim konceptom odmora. Briga o životnoj sredini u javnosti i sve veći broj potrošača koji su voljni da biraju ekološke proizvode učinili su životnu sredinu jednim od ključnih alata za sticanje konkurentne prednosti i elementom strategije segmentiranja, ciljanja i pozicioniranja turizma. Male grupe i otvaranje novih turističkih destinacija omogućavaju potrošačima da kupe „zeleni san“, koji promovise i prodaje sve veći broj operatera pod oznakom

◀ **Prethodna strana:**  
Destinacija  
sertifikovana Plavom  
zastavom (Plava  
Laguna, Island)  
Foto: V. Stojanović

ekološki prihvatljivo, održivo, zeleno, prirodno, ruralno (Font, 2001).

Benefiti od zelenog konzumerizma i u postupku vođenja politike održivog razvoja turizma mogu biti višestruki. Bez obzira na izvesne nejasnoće u ponašanju potrošača, sve je više empirijskih dokaza da je „ozelenjavanje“ dobra poslovna odluka u sektoru turizma i ugostiteljstva. Osim unapređene sposobnosti da se privuku specijalizovani „zeleni“ putnici, profitabilnost usled mnogih preduzetih aktivnosti je glavni podsticaj za konvencionalna preduzeća, u njihovoj nameri da se više uključe u aktivnost održivog turizma. Smanjena potrošnja energije, na primer, donosi opipljivu, direktnu i dugoročnu uštedu, kao i reciklaža određenih vrsta materijala, posebno imajući u vidu rastuće troškove konvencionalnih resursa i smanjenje troškova korišćenja obnovljivih resursa. Sve prisutniji programi ponovne upotrebe hotelske posteljine i peškira, pod uslovom da su dobro osmišljeni, zahtevaju minimalne investicione troškove, ali privlače visok nivo učešća gostiju koji značajno umanjuju troškove korišćenja vode, energije i radne snage (Weaver and Lawton, 2014).

Od devedesetih godina 20. veka uveden je širok spektar ekoloških sertifikata u turizmu i ugostiteljstvu, koji se sprovode na različitim nivoima – od lokalnog, preko nacionalnog, pa do međunarodnog. Ovi sertifikati se mahom primenjuju u razvijenim državama Evropske unije, odnosno, tamo gde su stroži ekološki propisi u zakonodavstvu i gde postoje efikasne metode za ovakva sprovođenja.

Sertifikacija je dobrovoljni postupak i smatra se da je u stanju da proceni, nadgleda i daje pismenu garanciju da je neki posao, proizvod, proces, usluga ili sistem upravljanja u skladu sa tačno određenim zahtevima. Pored toga, može se koristiti kao tržišni logotip, pošto se daje onima koji su u skladu sa zahtevanim kriterijumima (Weiler and Black, 2015). Ekološki sertifikati (eko-oznake) su metode za standardizaciju promocije ekoloških zahteva i to praćenjem usklađenosti sa postavljenim kriterijumima, uglavnom zasnovanim na inicijativama nepristrasnih aktera, a zatim i na nepristrasnoj verifikaciji od strane vlada ili neprofitabilnih organizacija (Font, 2001; Weaver, 2006; Weaver and Lawton, 2014). U turizmu eko-oznake imaju za cilj prvenstveno da ukažu na to da li se hotel ili

turoperator ponašaju odgovorno prema životnoj sredini i društvu u kojem posluju ili da su svi aspekti ture uređeni na etičkoj osnovi, uzimajući u obzir zajednice lokalnog stanovništva, lokalnu životnu sredinu i radna prava zaposlenih. Ako je tako, sertifikacija omogućuje slobodno korišćenje logotipa, onima koji ispunjavaju propisane kriterijume. Dakle, ekološko označavanje ili sertifikacija se odnosi na nivo odgovornosti sa kojim turistička kompanija ili hotel obavljaju svoje poslovanje. Imajući u vidu nameru ekološkog označavanja, čini se očiglednim da ovakav proces treba da bude široko priznat, ali i ograničen u nekom razumnom broju kvalitetnih i priznatih eko-oznaka (Mowforth and Munt, 2016).

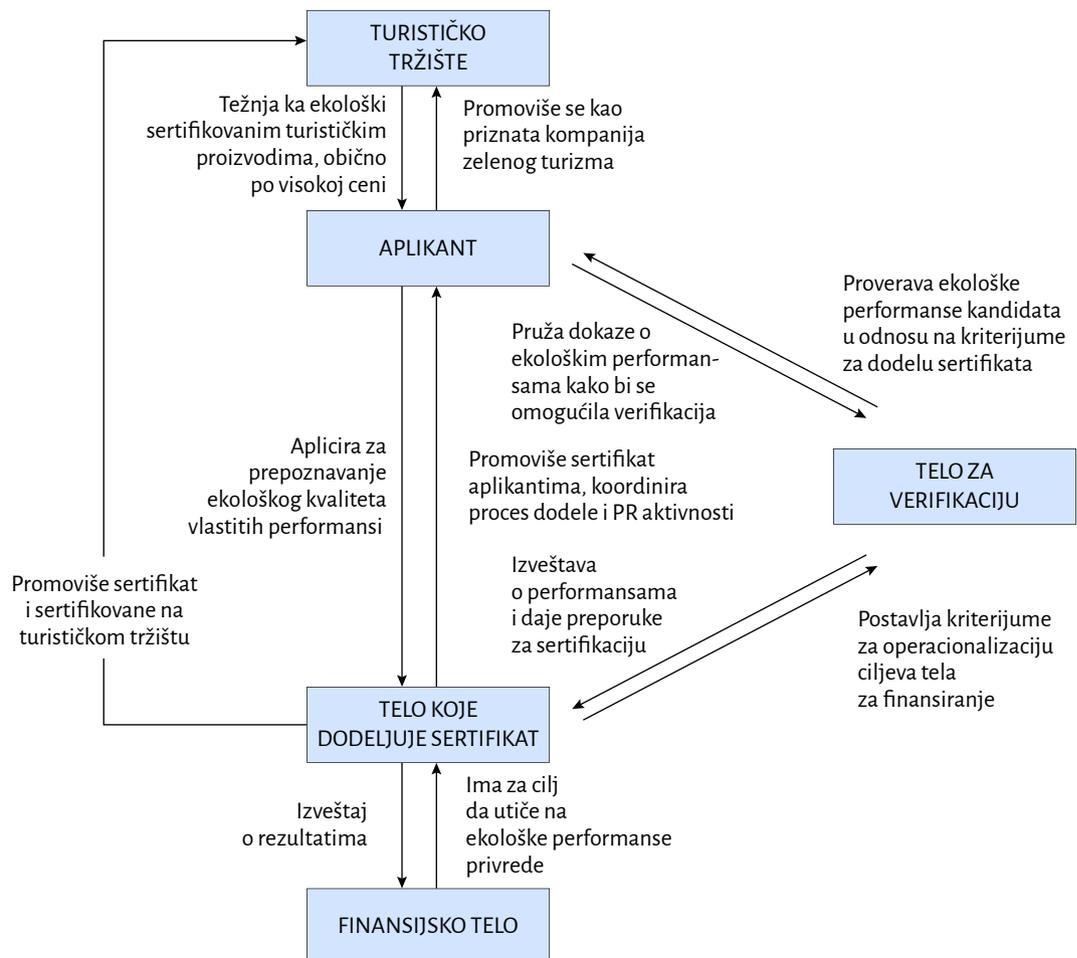
Zbog same suštine sertifikacije, eko-oznake se smatraju pouzdanijim alatom u postizanju ciljeva održivosti od, na primer, etičkih kodeksa. Inače, primena eko-oznaka kombinuje dva procesa: sertifikaciju i akreditaciju. Sertifikacija angažuje nezavisnu stručnu stranu, onu koja nije podnosilac zahteva, niti upravno telo za eko-oznaku, koje istražuje i potvrđuje da li podnosilac zahteva ispunjava određene standarde ili indikatore održivosti. Ako je tako, onda će menadžeri za eko-oznaku formalno sertifikovati podnosioca zahteva. Akreditacija je, nasuprot tome, proces u kojem sveobuhvatna organizacija ocenjuje samu eko-oznaku i dodeljuje akreditaciju, ako je ocenjena kao dovoljno kredibilna. U suštini, akreditaciono telo sertifikuje eko-oznaku. Veliki izazov za savremenu turističku privredu je odsustvo takvog sveobuhvatnog tela za akreditaciju, iako razne krovne organizacije u turizmu trenutno sarađuju na postizanju ovog ključnog cilja (Weaver, 2006; Weaver and Lawton, 2014).

U strukturi ekološke sertifikacije se nalazi više važnih aktera (Slika 52). Nevladine organizacije i vladine agencije su daleko više uključene kao *finansijska tela*, nego organizacije ili kompanije u turizmu, zbog kredibiliteta koji se daje u slučaju nadzora treće strane i zato što se mandat takvih grupa često fokusira na unapređenje postizanja širih društvenih ciljeva kao što je i sama održivost. *Telo koje dodeljuje sertifikat* može biti funkcionalna ruka tela za finansiranje u manjim programima sertifikacije, ali često i nezavisni entitet treće strane u većim programima. Telo koje dodeljuje ser-

tifikat promoviše nagradu na *turističkom tržištu* i kod potencijalnih *aplikanata*, zatim prima njihove prijave, obično uz naknadu koja može uzeti u obzir veličinu aplikanta. Potom, ovo telo radi sa akreditovanim *telom za verifikaciju* na razvoju operativnih kriterijuma na kojima će se zasnivati sertifikacija i dodela eko-oznake. Telo za verifikaciju prima i analizira dokaze od podnosilaca zahteva, kako bi njegove preporuke mogle da budu prosleđene telu za dodelu sertifikata. Jednom kada podnosilac zahteva dobije eko-oznaku, sertifikacija postaje važan deo promotivnih akcija usmerenih ka turističkom tržištu (Font, 2001; Weaver, 2006).

Uspešna eko-oznaka je ona koja je široko priznata i koju podržavaju potrošači i druge zainteresovane strane, čime nosiocu daje važnu prednost u odnosu na konkurentске proizvode koji ne poseduju eko-oznaku. Eko-oznake mogu biti zastupljene više u pojedinim delovima sveta, kao što je to u slučaju sa Centralnom Evropom, Severnom Evropom i Severnom Amerikom, ali je globalna

vidljivost ili prepoznatljivost brenda od suštinskog značaja na duži rok, zbog prostorne nepovezanosti između tržišta i proizvoda, kao i zbog sve više globalizovane prirode turističke privrede. Uspeh eko-oznake je rezultat delimično i kvaliteta dizajna i efekta promocije logotipa, ali uglavnom proizilazi iz ugleda finansijskih i akreditovanih sertifikacionih tela, pošto ona uspostavljaju i prate transparentne i razumljive kriterijume indikatora, te na osnovu toga donose pravične i pravovremene odluke o dodeli eko-oznake. Drugi važni kriterijumi uključuju odobravanje eko-oznake od strane vlade, grupa za zastupanje potrošača i visoko profilisanih ekoloških i privrednih organizacija. Globalna ekološka oznaka takođe treba da bude fleksibilna u dodeljivanju različitih indikatora i merila različitim proizvodima i regijama, u zavisnosti od okolnosti i regionalnog konteksta. Da bi se povećala njena vidljivost, eko-oznaku treba da poseduje relativno veliki broj kompanija i proizvoda (Buckley, 2001; Weaver, 2006).



► **Slika 52.** Najvažniji akteri u procesu ekološke sertifikacije u turizmu  
Izvor: Font, 2001.

U prethodnom periodu su bile prisutne i kritike na račun ekološke sertifikacije. Tako se s vremena na vreme čuje da ne postoje ubedljivi dokazi o upornim tvrdnjama da eko-oznake unapređuju stanje životne sredine. Ovaj argument je potkrepljen i tvrdnjama o prisutnoj eko-manipulaciji (greenwashing), naročito u zemljama u razvoju. Na primer, izvestan vid eko-manipulacije je prisutan u nekim državama u razvoju, tako što one nude isti i nepomenjeni proizvod sa dodatkom prefiksa „eko“. Jedina stvar koja je „zelena“ u ovim situacijama jeste novac koji se zarađuje od ovakve obmane. Ova i slične pojave su dovele do zloupotrebe ekoloških sertifikata i do daljeg preispitivanja njihove vrednosti. Tendencija nije prisutna samo u turizmu, nego se odnosi i na druge ekološke sertifikate (npr. u slučaju hrane), a ponekada i uz konstataciju da oni ne doprinose poboljšanju prodaje. Dakle, čak i promotivna vrednost sertifikacije, a da se ne spominje istinitost i njena suština, može biti upitna (Leslie, 2012). Nedostatak ekološke sertifikacije se ogleda i u konfuziji koju izaziva veliki broj eko-oznaka od čega mnoge mogu biti nove i

nedovoljno prepoznatljive na tržištu. Ovakav trend je širom sveta uzeo maha još devedesetih godina prošlog veka kada je preko stotinu programa sertifikacije preplavilo tržište. Za turiste je eko-oznaka već tada bila zbunjujući niz etiketa i logotipa, koji onemogućavaju razlikovanje prednosti jedne oznake u odnosu na drugu (Weaver and Lawton, 2014).

Ekološka sertifikacija je potencijalno koristan alat za pomoć i proizvođačima i potrošačima, posebno kada se koristi u određenom interesu, fokusu ili temi (npr. zaštita životne sredine), ali njena trenutna praksa sugerise da se može koristiti više kao imidž u funkciji eko-manipulacije, kao ideološka podrška, a ne kao pravi vodič za turiste. Da bi se prevazišle takve sumnje, aktuelni broj programa sertifikacije treba da se smanji i racionalizuje. Potrebno je uspostaviti sistem koordinacije različitih programa. Dodeljivanje logotipa treba da bude u skladu sa određenim kriterijumima. Najzad, sertifikacija u održivom turizmu treba da pokrije sve aspekte ovog vida turizma (ekološke, društvene, kulturne i ekonomske), a ne samo ekološke performanse (Mowforth and Munt, 2016).

## PRIMENA CERTIFIKACIJE U TURISTIČKOJ PRAKSI

Intenzivnije zastupljena primena sertifikacije u održivom turizmu pojavila se u zenitu čovekovog interesovanja za pitanje životne sredine i unutar privrede, tokom poslednje decenije 20. veka. Za većinu eko-oznaka je karakteristično to što nisu u vlasništvu privrede, već su vođene od strane nevladinih i često neprofitabilnih institucija, koje bi trebalo da obezbede nepristrasnost u postupku donošenja odluka. Neke eko-oznake su namenski kreirane za tačno određeni segment turističke privrede, usluga ili tipa destinacija (npr. plaže, hoteli), dok druge obuhvataju značajniji i veći deo turističke privrede. U narednim potpoglavljima sledi kraći prikaz četiri globalno poznata primera ekološke sertifikacije.

### Zelena planeta

Zelena planeta (Green Globe) od početka 21. veka važi za jedinu široko poznatu eko-ozna-

ku, koja je obuhvatila sve vrste turističkih proizvoda i destinacija, u svim delovima sveta. Prvobitno je osnovana 1994. godine kao entitet Svetskog saveta za putovanje i turizam (World Travel & Tourism Council – WTTC). Međutim, kao eko-oznaka nije bila efikasna sve do 1999. godine kada je rekonstituisana kao autonomna profitna kompanija (Green Globe 21 – sa dodatkom „21“, što ukazuje na podržavanje Agende 21; u međuvremenu je to i povučeno, ali su principi ostali važeći). Od tada nadležni u Zelenoj planeti stavljaju naglasak na stroge standarde i nezavisne revizije, u pokušaju da steknu kredibilitet i priznanje, kao prvo globalno telo za sertifikaciju turizma (Weaver, 2006; Mowforth and Munt, 2016). Osnovna karakteristika rekonstituisane Zelene planete je troslojna struktura članstva u kojoj se kandidati ohrabruju da napreduju od „sertifikovanog“, preko „zlatnog“, pa sve do statusa „platinastog“ člana.

## Prilog 22. Hotel Valsana u Arosi: Održivost prema svojoj suštini

Hotel Valsana u švajcarskoj Arosi prvi put je poneo sertifikat Zelene planete 2020. godine i ubrzo je njegova usklađenost ocenjena u vrednosti od 92%, što ukazuje na elitni status u održivom ugostiteljskom poslu. Ekološki tim Valsana hotela se sastoji od članova osoblja koji predstavljaju pojedinačna odeljenja u sistemu poslovanja. Tim se sastaje jednom nedeljno kako bi se razgovaralo o opcijama i idejama koje će dodatno unaprediti svakodnevno poslovanje i podstaći odgovorno ponašanje u smislu implementacije praksi održivosti i budućih ekoloških inicijativa.

Kada je hotel Valsana otvoren 2017. godine održivost je odmah stavljena u sam centar njegovog poslovanja. Hotel je izgrađen pomoću održivih tehnologija i od ekoloških materijala. Neki od njih, poput drveta, preuzimani su od starih zgrada i korišćeni ponovo u izgradnji novih objekata. Ipak, centralni element održivih procesa u hotelu je tzv. hotelska ledena baterija. Ovaj neverovatno inovativni temperaturni konvertor se koristi za energetske napajanje hotela. Zajedno sa sofisticiranim sistemom rekuperacije toplote, hotelu Valsana nije potrebno grejanje iz drugih izvora. Zagrevanje se obavlja korišćenjem geo-

termalnih sondi, hvatanjem i ponovnim korišćenjem otpadne toplote iz drugih uređaja, koja se obično gubi u okruženju. Kuhinja i posebno spa centar imaju veliku potražnju za toplom vodom. Više od 50% emisije toplote iz već korišćene vode može se uhvatiti i reciklirati, pre nego što se voda ispusti u kanalizacioni sistem.

Da bi dodatno poboljšao svoje performanse energetske efikasnosti, hotel Valsana ima 100% LED osvetljenje instalirano u celom objektu, a svi prozori su trostruko zastakljeni i delimično prekriveni prozorskom folijom kako bi se poboljšala izolacija.

Zelenom planetom se sertifikuje u širokom spektru sledeće: turističke atraktivnosti, poslovanje u lancu snabdevanja, kongresni centri, rečni i okeanski kruceri, tereni za golf, hoteli i odmarališta, organizacije, restorani, banje i spa-centri, prevoz (masovni prevoz, autobuske kompanije, iznajmljivanje automobila) i turistička privreda (turoperateri, kompanije za upravljanje destinacijama, organizacije događaja i sastanaka). Da bi neko od navedenih tela turističke privrede dobilo eko-oznaku neophodno je da ispuni standard koji obuhvata 44 kriterijuma, razvrstanih u četiri grupe i podržanih kroz 385 indikatora za usklađivanje. Indikatori variraju u zavisnosti od vrste sertifikacije, geografskog područja i lokalnih faktora. Standard je razvijan tokom tri decenije i odgovorni insistiraju na tome da garantuje najviši nivo održivog poslovanja i upravljanja (Prilog 22).

Standard za sertifikaciju je zasnovan na relevantnim međunarodnim dokumentima, gde su, između ostalih, zastupljeni još: „Globalni kriterijumi održivog turizma“, „Agenda 21 i Principi održivog razvoja podržani na Drugoj konferenciji Ujedinjenih nacija o životnoj sredini i razvoju u Rio de Žaneiru“. Četiri grupe i kriterijumi za evaluaciju su: održivi menadžment, socio-ekonomska, kulturno nasleđe i životna sredina (Tabela 18).

Zelena planeta prepoznaje nekoliko nivoa sertifikacije. Sertifikovani član je onaj koji zadovoljava potrebne kriterijume u okviru stan-

darda eko-oznake. Sertifikacija se potvrđuje na godišnjem nivou i onda kada aplikant zadovolji više od 50% indikatora u njihovom ukupnom broju, unutar već pomenute četiri grupe. Status zlatnog člana se dodeljuje članovima koji su sertifikovani u pet uzastopnih godina. Ova prestižna oznaka je moguća samo onda kada član ispunjava sve potrebne kriterijume u okviru važećih standarda. Zlatno članstvo se ne dodeljuje automatski po ispunjavanju ovih uslova, već se dodeljuje nakon pregleda ukupnog učinka za svakog člana tokom perioda od pet godina, kako bi se osigurala garancija da je uloženi napor u ključnim grupama kriterijuma (održivi menadžment, socio-ekonomska, kulturno nasleđe i životna sredina). Status platinastog člana se dodeljuje članovima koji su sertifikovani u deset uzastopnih godina. Ovo je oznaka najvišeg nivoa u šemi Zelene planete i moguća je samo onda kada član ispunjava sve potrebne kriterijume u okviru Zelena planeta standarda za putovanja i turizam.

Zelena planeta je bila kritikovana zbog preterane ambicioznosti i prenapregnutosti u svojim pokušajima da istovremeno obuhvati, sa ograničenim resursima, sve segmente turističke privrede i to u svim delovima sveta. Na meti kritika je bila i kontinuirana upotreba i zloupotreba logotipa Zelena planeta dodeljenih pre rekonstitucije šeme 1999. godine. Problem su i tri nivoa članstva, zbog čega se uzorni sertifikovani proizvod ne razlikuje od onog

**Tabela 18.** Grupe kriterijuma za evaluaciju u šemi Zelena planeta

Održivi menadžment	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Implementacija dugoročnog sistema upravljanja održivošću</li> <li>▶ Usklađenost sa relevantnim zakonima i propisima</li> <li>▶ Periodična obuka zaposlenih u vezi sa praksama održivog turizma</li> <li>▶ Monitoring zadovoljstva korisnika usluga i turista</li> <li>▶ Tačnost promotivnih materijala, koji ne obećavaju više od onoga što je realno</li> <li>▶ Održivo projektovanje i izgradnja objekata i infrastrukture</li> <li>▶ Interpretacija prirodnog i kulturnog nasleđa namenjena korisnicima usluga</li> <li>▶ Implementirana strategija komunikacije, koja posetioce obaveštava o održivim politikama poslovanja</li> <li>▶ Poslovanje koje obezbeđuje zdravlje i bezbednost zaposlenima, posetiocima i pripadnicima lokalne zajednice</li> </ul>
Socio-ekonomski	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Aktivno podržavanje inicijative za društveni i infrastrukturni razvoj</li> <li>▶ Politika zaposlenja, koja insistira na prisustvu pripadnika lokalne zajednice, uključujući tu i rukovodeće pozicije</li> <li>▶ Pravična i fer trgovina koja prepoznaje značaj lokalne sredine</li> <li>▶ Podrška lokalnim preduzetnicima u razvijanju i prodaji održivih proizvoda zasnovanih na prirodi, istoriji i kulturi lokalne sredine</li> <li>▶ Poštovanje lokalnih zajednica tako što je izrađen etički kodeks, uz saglasnost i u saradnji sa zajednicom</li> <li>▶ Preduzeće sprovodi politiku protiv eksploatacije, posebno dece i adolescenata, uključujući i seksualnu eksploataciju</li> <li>▶ Pravedno zapošljavanje žena i manjina iz lokalne zajednice, uključujući i rukovodeće pozicije, uz ograničenje dečjeg rada</li> <li>▶ Zaštita zaposlenih kroz poštovanje domaćih zakona i međunarodnih standarda</li> <li>▶ Preduzete aktivnosti ne ugrožavaju pružanje osnovnih usluga, kao što su voda, energija ili tretman kanalizacije, i to susednim zajednicama</li> </ul>
Kulturno nasleđe	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Poštovanje etičkog kodeksa namenjenog posetama osetljivih kulturno-istorijskih lokaliteta</li> <li>▶ Istorijski i arheološki artefakti nisu na prodaju i ne izlažu se, osim ako zakon ne propisuje drugačije</li> <li>▶ Doprinos zaštiti lokalnih kulturno-istorijskih dobara i lokaliteta, bez ometanja pristupa i lokalnom stanovništvu</li> <li>▶ Korišćenje elemenata lokalne umetnosti, arhitekture i preostalog nasleđa u poslovanju, dizajnu, dekoraciji i hrani, uz poštovanje prava intelektualne svojine lokalnih zajednica</li> </ul>
Životna sredina	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Zaštita resursa, koja kroz politiku kupovine favorizuje ekološki prihvatljive proizvode, kao i kroz održivu potrošnju energije i vode</li> <li>▶ Smanjenje zagađivanja, tako što se sprovode mere i za smanjenje emisije gasova staklene bašte, a zatim se sprovodi tretman otpadnih voda i razvija plan upravljanja otpadom</li> <li>▶ Sprovođenje mera za zaštitu biodiverziteta, ekosistema i predela (npr. ne drže se divlje životinje u zatočeništvu, izbegava se unošenje invazivnih vrsta, pruža se podrška zaštićenim područjima, na minimum se svodi narušavanje ekosistema)</li> </ul>

koji jedva ispunjava relevantne kriterijume, ali isto tako nosi eko-oznaku Zelena planeta (Weaver, 2006). Takođe, zamera se i to što su sertifikovani članovi više bili usmereni na proces, a manje na postignuti nivo u određenim učincima. Sve ovo je, kako se smatra, potkopavalo potencijale za ostvarivanje održivog turizma (Fennel, 2006).

### Zeleni ključ

Zeleni ključ (Green Leaf) je naredna šema sertifikacije široko prepoznata na globalnom nivou i koja, takođe, predstavlja standard izvrsnosti za oblasti ekološke odgovornosti i održivog poslovanja u turističkoj privredi. Ova eko-ozna-

ka, slično kao i u slučaju drugih šema, garantuje da se preduzeća pridržavaju strogih kriterijuma, koje je propisala Fondacija za obrazovanje o životnoj sredini (Foundation for Environmental Education – FEE). Ispunjenje visokih ekoloških standarda u postupku dodele Zelenog ključa se očekuje kroz obezbeđivanje rigorozne dokumentacije i česte revizije, dok se posetiocima daje obećanje da će svojim izborom uticati na aktivnosti u borbi za zdravu životnu sredinu.

Počeci sertifikacije Zelenog ključa datiraju iz 1994. godine, kada je ovaj program pokrenulo Udruženje hotela, restorana i turističke privrede u Danskoj (Association of the hotel, restaurant and tourism industry in Denmark).

Do kraja devedesetih godina, Zeleni list je izvezen u Švedsku, Estoniju i na Grenland, da bi 2002. bio i zvanično međunarodno odobren kao program Fondacije za obrazovanje o životnoj sredini. Zeleni ključ je priznala Svetska turistička organizacija i Globalni savet za održivi turizam (Global Sustainable Tourism Council). Dakle, ovu šemu sertifikacije je osnovala turistička privreda, ali sada njome upravlja neprofitna i nevladina organizacija. Ovo bi trebalo da garantuje razumevanje situacije u sertifikovanim objektima, ali da program ipak održava svoju nezavisnost od privrede ([www.greenkey.global](http://www.greenkey.global)).

Šema sertifikacije Zeleni ključ je razvijena tako da može obuhvatiti neku od šest kategorija turističkog sektora – hoteli i hosteli, kampovi i parkovi za odmor, mali smeštajni objekti, konferencijski centri, restorani i atrakcije, koje pokriva identičnih trinaest oblasti kriterijuma za procenu – ekološki menadžment; uključenost osoblja; informacije za posetioce; voda; pranje i čišćenje; otpad; energija; hrana i piće; unutrašnje okruženje; zelene površine; korporativna društvena odgovornost; ekološke aktivnosti posetilaca i administracija. Program Zelenog ključa na nacionalnom nivou može da pojača i doda kriterijume, koji su u vezi sa međunarodno relevantnim kriterijumima u oblasti zaštite životne sredine.

Međunarodni upravni odbor, političko telo u šemi sertifikacije, sastavljen je od osnivača programa, koje predstavljaju akteri turističke privrede i predstavnici Fondacije za obrazovanje o životnoj sredini. U većini država, odluku o sertifikaciji donosi nacionalni žiri Zelenog ključa, koji se sastoji od predstavnika različitih ministarstava, nevladinih organizacija i sektora turizma i ugostiteljstva. Na ovaj način se obezbeđuje da program ne vodi jedan entitet, već da uključuje više zainteresovanih strana ([www.greenkey.global](http://www.greenkey.global)).

### **Plava zastava**

Program Plava zastava je dobrovoljna šema sertifikacije namenjena plažama (Slika 53), marinama i operaterima brodova koji poštuju standarde održivog razvoja. Plava zastava je takođe u vlasništvu Fondacije za obrazovanje o životnoj sredini, koja ujedno i vodi ovaj pro-

gram. Fondacija kao krovna organizacija objedinjuje nacionalna predstavništva za svaku od država, koje teže da se priključe ili se već nalaze u organizaciji kao punopravne članice. Više od sedamdeset država širom sveta ima svoje predstavništvo u Fondaciji za obrazovanje o životnoj sredini.

Plava zastava se prvi put pojavila u Francuskoj 1985. godine, gde su prve ovakve zastave dodeljene priobalnim mestima na osnovu kriterijuma koji su pokrivali tretman otpadnih voda i kvalitet vode za kupanje. U 1987. godini, uz podršku Evropske komisije, Plava zastava je podignuta na evropski nivo, funkcionišući kao instrument za primenu Direktive Evropske unije o vodi za kupanje, uključujući i druge oblasti upravljanja životnom sredinom, kao što su upravljanje otpadom i planovi zaštite obale. Tokom godina usvajani su stroži i više holistički kriterijumi. Kako se program proširio na države van Evrope, tako su razvijani i različiti skupovi regionalnih kriterijuma za sertifikovane plaže. Od 2006. godine svi ovi kriterijumi su objedinjeni u jedan međunarodni dokument, koji se poštuje u svim zemljama učesnicama ovog programa. U međuvremenu je Plava zastava postala široko priznata eko-oznaka za javnost, donosiocima odluka i turoperaterima (FEE, 2006). Prvobitno zamišljeni program sertifikacije plaža i marina je 2016. dopunjen dodatnim programom sertifikacije za brodove koji sprovode ture posmatranja prirode (npr. posmatranje kitova i posmatranje ptica).

Glavni ciljevi programa Plava zastava su: poboljšanje razumevanja priobalnog ekološkog okruženja i obuhvatanje pitanja životne sredine u procesima usvajanja odluka lokalnih vlasti i njihovih partnera. Ekološko obrazovanje je osnovna vrednost i karakteristika programa. Obrazovanje je usmereno na donosiocima odluka, turiste, menadžere, zaposlene i pripadnike lokalne zajednice. Pokrivene teme obuhvataju i odgovore na pitanja o ekološkoj praksi, sistemu upravljanja, bezbednosti i interpretaciji prirode. Program Plava zastava objedinjuje zainteresovane strane u održivom upravljanju i razvoju marina i plaža, posebno iz sektora turizma i zaštite životne sredine, na lokalnom i nacionalnom nivou.

Kriterijumi za plaže na osnovu kojih se dodeljuje Plava zastava razvijani su tokom godina

► **Slika 53.** Plaža sertifikovana Plavom zastavom na ostrvu Skijatos u Grčkoj  
*Foto: V. Stojanović*



i preko njih su se organizatori programa bavili različitim pitanjima unutar održivog razvoja. Glavni kriterijumi su razvrstani u četiri grupe:

- **Obrazovanje i informisanje o životnoj sredini.** Ovde je neophodno da se postigne set zahteva koji obuhvata: prikaz informacija o ekosistemima priobalnog područja i obližnjim osetljivim područjima, objavljivanje informacija o kvalitetu vode za kupanje, dokazivanje postojanja etičkog kodeksa za područje plaže koja teži dobijanju plave zastave i objavljivanje plana za najmanje pet edukativnih aktivnosti o životnoj sredini.
- **Kvalitet vode.** Neophodno je postizanje standarda: usklađivanja sa propozicijama za odličan kvalitet vode za kupanje, odsustva industrijskih ili kanalizacionih ispusta koji bi uticali na predeo oko plaže, usklađivanja prakse u lokalnoj zajednici sa zahtevima za tretman otpadnih voda.
- **Upravljanje zaštitom životne sredine.** Da bi se odgovorilo na ovaj kriterijum neophodno je da lokalna samouprava ili upravljač plaže osnuju odbor za upravljanje plažom, koji treba da utiče na sledeće teme u oblasti životne sredine: plaža mora biti čista, a kampovanje i saobraćaj moraju biti pažljivo regulisani.
- **Bezbednost i usluge.** Unutar ovog kriterijuma se moraju primeniti odgovarajuće mere

kontrole javne bezbednosti, koje su u skladu sa nacionalnim zakonodavstvom u vezi sa bezbednošću na plaži, tako da se mora obezbediti sledeće: spasioci i oprema za spasavanje moraju biti dostupni na sertifikovanoj plaži, mapa plaže sa različitim sadržajima mora biti javno prikazana i mora postojati plan za vanredne situacije za suočavanje sa rizicima od zagađenja (FEE, 2007).

Procedura apliciranja za sticanje sertifikata Plava zastava se sastoji iz tri koraka: inicijalnog kontakta, procesa selekcije i kontrolne posete. U inicijalnom kontaktu nadležni za plaže, marine i brodove, koje žele da prijave za sertifikaciju, prvo treba da kontaktiraju svoju nacionalnu organizaciju Fondacije za obrazovanje o životnoj sredini. Potom, nacionalni operateri dostavljaju zainteresovanim stranama obrazac prijave i proceduralna uputstva. Ponekada se obavlja pregled kandidata i pre formalnog podnošenja prijave, kako bi se odmah identifikovala problematična pitanja i s ciljem njihovog poboljšanja. U procesu selekcije, nacionalna komisija se sastaje kako bi pregledala kandidate iz dotične države i odlučila da li su oni u skladu sa svim kriterijumima Plave zastave. Odobrene kandidature se zatim prosleđuju međunarodnoj komisiji. Međunarodna komisija Plave zastave je zadužena za pregled

kandidata iz različitih regija sveta. Nakon što prihvate kandidature i kandidate, svako od njih dobija zastavu za jednu sezonu. Kontrolne posete obavljaju nacionalni i međunarodni kontrolori tokom sezone, kako bi se uverili da su svi kriterijumi ispunjeni kod sertifikovanih plaža. Ako se pronađu nedoslednosti u vezi sa propisanim kriterijumima, zastava se povlači dok se situacija ne poboljša. Ako je problem veoma ozbiljan ili ako se ne reši u datom vremenskom periodu, zastava se povlači do kraja sezone. Javnost se takođe podstiče da prijavi sve probleme u vezi sa plažama, marinama i brodovima koji su sertifikovani Plavom zastavom (FEE, 2007).

### Evropska povelja za održivi turizam u zaštićenim područjima

EUROPARC federacija je, kao nevladina i nezavisna organizacija koja radi na unapređenju zaštićenih područja, objavila 1993. godine izveštaj „Voleti ih do smrti“. Ovaj progresivni dokument je pozvao na razvoj održivog turizma u evropskim zaštićenim područjima. Dve godine kasnije EUROPARC federacija je preuzela inicijativu za uspostavljanje Evropske povelje za održivi turizam u zaštićenim područjima (European Charter for Sustainable Tourism – ECST). Osnovni element povelje je partnerski rad svih relevantnih i zainteresovanih strana na razvoju zajedničke strategije održivog turizma i akcionog plana, koji se postavljaju kao rezultat detaljne situacione analize. Metodologija uključuje set od pet principa, koji definišu i prepoznaju dobru praksu u razvoju i upravljanju održivim turizmom u zaštićenim područjima Evrope.



▲ Slika 54. Logo Evropske povelje za održivi turizam u zaštićenim područjima  
Izvor: EUROPARC, 2021.

Evropska povelja za održivi turizam u zaštićenim područjima je međunarodno priznata kao model za održivo upravljanje turizmom. U skladu je sa Međunarodnim smernicama o biodiverzitetu i razvoju turizma, Globalnim kriterijumima održivog turizma za destinacije i turističkom politikom Evropske komisije i njenim prioritetom „da promoviše razvoj održivog, odgovornog i visokokvalitetnog turizma“. Povelja pruža smernice zaštićenim područjima i preduzećima kako bi radili na postizanju ciljeva održivog razvoja.

Već sam logo Evropske povelje za održivi turizam simbolično ističe ciljeve ovog sertifikata (Slika 54). Pet ključnih principa je ugrađeno u Evropsku povelju za održivi turizam u zaštićenim područjima:

- zaštita prirodnog i kulturnog nasleđa (osnovni prioritet za razvoj i upravljanje održivim turizmom treba da bude zaštita prirodne i kulturne baštine zaštićenog područja i jačanje svesti, razumevanja i uvažavanja zaštite prirode),
- doprinos održivom razvoju (održivi turizam treba da prati principe održivog razvoja, što podrazumeva rešavanje svih aspekata njegovog ekološkog, društvenog i ekonomskog uticaja, kratkoročno i dugoročno),
- angažovanje svih zainteresovanih strana (svi kojih se tiče održivi turizam treba da budu u mogućnosti da učestvuju u donošenju odluka o njegovom razvoju i upravljanju, a potrebno je podsticati i partnerski rad),
- efikasno planiranje održivog turizma (održivi razvoj turizma i menadžment treba da budu vođeni dobro postavljenim planom koji zahteva dogovorene ciljeve i akcije),
- insistiranje na kontinuiranom napretku (razvoj i menadžment turizma treba da obezbede kontinuirano poboljšanje održivog uticaja na životnu sredinu, zadovoljstvo posetilaca, ekonomski učinak, lokalni prosperitet i kvalitet života, zahtevajući redovno praćenje i izveštavanje o napretku i rezultatima) (EUROPARC, 2021).

Najvažnija komponenta povelje je tzv. forum koji omogućuje participativan i inkluzivan pristup i direktno angažovanje svih za-

interesovanih strana, kako bi se obezbedio efikasan dogovor i donošenje odluka u vezi sa ključnim principima održivog turizma. U forumu zainteresovanih strana mogu biti sve institucije koje imaju interes od održivog turizma u zaštićenim područjima kao što su, na primer, predstavnici jedinica lokalne samouprave, organizacije koje su u vezi sa zaštitom prirode, turističke organizacije i turistička preduzeća. Forum bi trebalo da razvija veze i sa regionalnim i nacionalnim institucijama, a takođe bi trebalo da se povezuje i sa drugim forumima u mreži zaštićenih područja Evropske povelje, kako bi učio od drugih i razvijao nove ideje i modele rada (EUROPARC, 2021).

Strategija i akcioni plan za period od pet godina se pripremaju upravo u okviru foruma zainteresovanih strana (Slika 55) i to na takav način što se u njihovoj izradi primenjuju tri koraka: procena trenutnog stanja (prirodno i kulturno nasleđe, turistička infrastruktura, aktuelno i potencijalno tržište, uticaj turizma na životnu sredinu, SWOT analiza), odabir strateškog pravca (očuvanje i unapređenje životne sredine i nasleđa, ekonomski i društveni razvoj, poboljšanje kvaliteta života lokalnog stanovništva, upravljanje posetiocima i unapređenje kvaliteta turizma) i praktičan akcioni plan (sadrži opis svake akcije, identifikuje ko je za koju akciju odgovoran, procenjuje resurse za sprovođenje plana i predlaže resurse za praćenje rezultata). Nakon podnošenja prijave, pripreme dokumenata (strategija i akcioni plan, kao i aplikacioni formular), zaštićeno područje i destinaciju (tzv. čarter područje) posećuje evaluator EUROPARC federacije i tom prilikom obilazi najvažnije lokalitete i obavlja razgovore sa ključnim osobama, na primer predstavnicima upravljača zaštićenog područja, predstavnicima lokalnih zajednica i turističkim radnicima. Ukoliko destinacija bude sertifikovana,

onda ima pravo da koristi logo Evropske povelje za održivi turizam u zaštićenim područjima (EUROPARC, 2021).

Evropska povelja za održivi turizam u zaštićenim područjima je značajno posvećena poboljšanju kvaliteta turističkog iskustva. Ključni cilj je da se svim posetiocima pruži kvalitetno iskustvo u svim aspektima njihove poseite. Upravljač zaštićenog područja je dužan da sa svojim partnerima realizuje program za unapređenje kvaliteta aktuelne turističke ponude. Zato se očekuje realizacija istraživanja očekivanja i zadovoljstva trenutnih i potencijalnih posetilaca. Važno je razviti marketinški pristup, steći razumevanje očekivanja i zahteva posetilaca. Ovo bi trebalo da pomogne postizanje bolje usklađenosti između ponude i potražnje. Turistički proizvodi i aktivnosti treba da budu dizajnirani za precizno identifikovana tržišta, kao i za ispunjavanje ciljeva zaštite prirodnog i kulturnog nasleđa. Štaviše, zaštićeno područje bi trebalo da teži identifikovanju novih posetilaca, koji su osetljivi na kvalitet životne sredine. Takođe, neophodno je zadovoljavanje posebnih potreba određenih grupa i obraćanje izričite pažnje na osobe sa invaliditetom, bolesne ljude i one koji se oporavljaju, mlade ljude i grupe sa niskim primanjima. Druge destinacije često zanemaruju ovakve posetioce. Što se tiče pristupa posetilaca, svaki oblik elitizma bi trebalo izbegavati. Najzad, mora se obezbediti podrška inicijativama za proveru i poboljšanje kvaliteta objekata i usluga u svakom aspektu turističkog iskustva: centrima za posetioce, turističkoj opremi i objektima, svim uslugama za posetioce, turističkim proizvodima, marketingu i promociji. Zaštićeno područje mora nastojati da obezbedi kvalitet u sopstvenim objektima i uslugama, kao i da podrži inicijative za kvalitet usluga koje pružaju njegovi partneri (EUROPARC, 2010).

► **Slika 55.**  
Komponente strategije održivog turizma i akcionog plana  
Izvor: EUROPARC, 2021.



Pored prvobitnog programa, namenjenog destinacijama zaštićenih područja, gde sertifikat dobija upravljač zaštićenog područja, EUROPARC federacija je razvila još dva dodatna programa. Prvi je namenjen turističkim kom-

panijama unutar destinacija održivog turizma, a drugi turističkim agencijama i turoperatorima, koji dovode turiste u zaštićena područja i spremni su da pruže svoj doprinos u održivom razvoju destinacije.

## INDIKATORI ODRŽIVOG TURIZMA

Indikatori su varijable ili parametri koji daju informacije o nekoj pojavi, kako bi se njome olakšalo upravljanje i to na poželjan način (Weaver and Lawton, 2014). Ideja o korišćenju indikatora, kao alata za upravljanje životnom sredinom i sredstva za pružanje pomoći u postizanju održivog razvoja, dobila je dinamiku od usvajanja Agende 21 na Drugoj konferenciji Ujedinjenih nacija o životnoj sredini i razvoju 1992. godine (Holden, 2008). U osnovi koncepcije indikatora održivog razvoja nalaze se relevantni informacioni sistemi, koji treba da osiguraju da društveno-ekonomsko okruženje podstakne pozitivan odnos prema životnoj sredini i prirodi. Na primer, ekološki indikatori mogu da obuhvate: obim aktivnosti koji podstiče emisiju gasova štetnu po efekat staklene bašte, količinu veštačkih đubriva u poljoprivredi sa negativnim posledicama, obim ispuštanja otpadnih voda bez prethodnog tretmana u vodotokove.

Dobro upravljanje turizmom zahteva isto tako kontinuirani monitoring kako bi se izmerile promene u uticajima tokom vremena i sve to sa ciljem prilagođavanja aktuelnih politika i aktivnosti razvoja. Monitoring se mora sprovesti korišćenjem indikatora održivog turizma. Ovi indikatori bi trebalo da se fokusiraju na ono što je menadžerima turizma neophodno da saznaju. Cilj je da se smanji rizik od nemarnog donošenja onih odluka koje štete prirodnom i kulturnom okruženju, od kojeg zavisi turistička privreda. Indikatori održivog turizma mogu da obuhvate sledeće analize:

- opšti odnos između turizma i životne sredine;
- efekte faktora životne sredine na turizam;
- uticaje turističke privrede na životnu sredinu.

Na osnovu prethodno postavljenih analiza uočava se da indikatori nastoje da identifikuju

specifične uzročno-posledične veze između turizma i životne sredine. Njihovim monitoringom i korišćenjem, menadžeri turizma mogu efikasnije da postignu sledeće:

- identifikovanje problema koji se pojavljuju, omogućavajući tako prevenciju ili ublažavanje;
- identifikovanje uticaja, omogućavajući akciju i pre nego što se pojave problemi;
- podršku održivom razvoju turizma, kroz utvrđivanje ograničenja i mogućnosti;
- promociju odgovornosti turističkog menadžmenta, tako što se razvija odgovorno donošenje odluka zasnovano na saznanju.

Dva tipa indikatora su od značaja za menadžere turizma:

- osnovni indikatori održivog turizma, koji su razvijeni za opštu primenu na svim destinacijama (Tabela 19) i
- indikatori specifični za destinaciju, koji su primenljivi u slučaju određenih tipova životne sredine ili tipova turizma.

Jedan od vodećih izazova u vezi sa indikatorima održivog turizma se tiče njihovog odabira. S obzirom na složenu prirodu turističkih sistema, u teoriji postoji beskonačan broj turističkih indikatora. Faktori koji utiču na njihov stvarni izbor, u određenoj destinaciji ili poslu, uključuju: relevantnost aktuelne politike, odabrani pristup u održivosti (npr. slab ili snažan, minimalistički ili sveobuhvatan), merljivost, finansijska i druga ograničenja poslovnih resursa, interese zainteresovanih strana i nivo javne podrške i politike. Osvrćući se na održivi razvoj, skup indikatora treba da bude kompaktan i sveobuhvatan, tako da ne oduzima previše vremena i da ne iziskuje previše finansijskih sredstava. Najzad, izbor mora biti takav da obezbeđuje najvažnije informacije. Pojedinačni indikatori treba da budu ra-

**Tabela 19.** Osnovni indikatori održivog turizma

Osnovna pitanja	Predloženi indikatori
Lokalno zadovoljstvo	► Nivo lokalnog zadovoljstva turizmom (upitnik)
Uticao turizma na zajednice	► Odnos turista i lokalnog stanovništva (prosečan i u špicu sezone) ► Procenat ljudi koji veruju da je turizam pomogao da se razviju nove usluge ili infrastruktura (upitnik) ► Broj i kapacitet socijalnih usluga na raspolaganju zajednici (od kojih se procenat pripisuje turizmu)
Zadovoljstvo turista	► Nivo zadovoljstva posetilaca (upitnik) ► Percepcija vrednosti za novac (upitnik) ► Procenat turista koji se vraćaju
Sezonalnost turizma	► Dolasci turista po mesecima ili kvartalima (distribucija u toku godine) ► Stope popunjenosti licenciranog (službenog) smeštaja po mesecima (špic u odnosu na vansezonski period i procenat svih popunjenosti u najposećenijem kvartalu ili mesecu) ► Procenat poslovnih objekata otvorenih tokom cele godine ► Broj i procenat poslova u turističkoj privredi koji su stalni ili celogodišnji (u poređenju sa privremenim poslovima)
Ekonomska korist od turizma	► Broj lokalnog stanovništva (i odnos muškaraca i žena) zaposlenih u turizmu (takođe udeo zaposlenosti u turizmu u ukupnoj zaposlenosti) ► Prihodi ostvareni od turizma kao procenat ukupnih prihoda generisanih u zajednici
Energetski menadžment	► Potrošnja energije po glavi stanovnika iz svih izvora (ukupno i za turistički sektor – po osobi u danu) ► Procenat preduzeća koja učestvuju u programu očuvanja energije ili primenjuju politike i alate uštede energije ► Procenat potrošnje energije iz obnovljivih izvora (u destinacijama, ustanovama)
Dostupnost i očuvanje vode	► Korišćenje vode (ukupna potrošnja, količina u litrama po turisti dnevno) ► Ušteda vode (procenat smanjenja korišćenja i korišćenja reciklirane vode)
Kvalitet vode za piće	► Procenat turističkih objekata koji u upotrebi imaju vodu tretiranu međunarodnim standardima o kvalitetu vode za piće ► Učestalost bolesti koje se prenose vodom (broj/procenat posetilaca koji su prijavili bolesti koje se prenose vodom tokom boravka)
Prečišćavanje otpadnih voda (upravljanje otpadnim vodama)	► Procenat kanalizacije sa lokacije na kojoj se vrši tretman ► Procenat turističkih objekata (ili smeštaja) koji su priključeni na sistem tretmana
Upravljanje čvrstim otpadom (smeće)	► Količina otpada proizvedenog prema tipu destinacije (u tonama i po mesecima) ► Količina recikliranog otpada (m <sup>3</sup> u totalnom obimu otpada) ► Količina otpada razbacanog na javnim površinama
Kontrola razvoja	► Postojanje procesa planiranja korišćenja zemljišta ili razvoja, uključujući i turizam ► Procenat površine koja je predmet kontrole
Intenzitet kontrole korišćenja	► Ukupan broj dolazaka turista (srednji, mesečni, špic sezone) ► Broj turista po m <sup>2</sup> lokacije (npr. na plažama, lokalitetima sa atrakcijama)

Izvor: WTO, 2004.

zumljivi, praktični, jasno definisani i ponovljivi. Korisna analogija u odabiru indikatora se može povući sa statističkim uzorkovanjem prilikom anketiranja, gde se karakteristike nekoliko stotina pažljivo odabranih i anketiranih ispitanika mogu smatrati tačnim prikazom u odnosu na mnogo veću ili ukupnu populaciju. Slično tome, nekoliko pažljivo odabranih i praćenih indikatora može precizno opisati stanje čitavog turističkog sistema (Weaver, 2006). Ipak, u odabiru i primeni indikatora održivog turizma destinacije se mogu susresti i sa brojnim problemima ili iza-

zovima. Na primer, primena indikatora iziskuje duže vremenske periode što je u suprotnosti sa kraćim i nepredvidivim vremenskim okvirima na kojima insistiraju politički procesi za podršku indikatorima. Zatim se može pojaviti i nedostatak koordiniranog pristupa između destinacija, a u primeni probnih generičkih indikatora. Najzad, nelinearne veze između uzroka i posledice uticaja, tako što ulaz nekog uticaja u sistem ne rezultuje nužno uporedivim ili proporcionalnim izlazom, izazivaju dodatne probleme (Weaver and Lawton, 2014).

## PRIMERI OSMIŠLJAVANJA I PRIMENE INDIKATORA ODRŽIVOG TURIZMA

U prethodnih trideset godina više relevantnih međunarodnih organizacija je predlagalo okvire za primenu indikatora održivog turizma. Na ovom mestu se ističu indikatori održivog turizma koje su razvijale: Evropska unija i Svetska turistička organizacija.

### Komparativni indikatori održivog turizma Evropske unije

Evropska unija ima dužu tradiciju monitoringa održivog turizma. Prve ozbiljne inicijative su se pojavile paralelno sa jačanjem težnje za postizanjem principa održivosti u turizmu devedesetih godina 20. veka, a na prelazu u 21. vek ozbiljno je uzet u razmatranje alat komparativnih indikatora održivog turizma.

Sumirajući rezultate sprovedenih istraživanja u turističkim centrima različitog tipa, kao i uvažavajući sve probleme u vezi sa mogućnostima preciznog utvrđivanja nosećeg kapaciteta, tim stručnjaka je predložio Evropskoj komisiji listu komparativnih indikatora za praćenje i utvrđivanje stepena održivosti turističkog razvoja. Indikatori su razvrstani u pet grupa (Slika 56):

- ekonomski indikatori prikazuju ekonomske efekte turističkog privređivanja u turističkom mestu ili oblasti;
- zadovoljstvo turista podrazumeva stepen zadovoljstva turista kvalitetom turističkih kapaciteta i pruženih usluga i njihovo mišljenje o atraktivnosti resursa, stanju život-

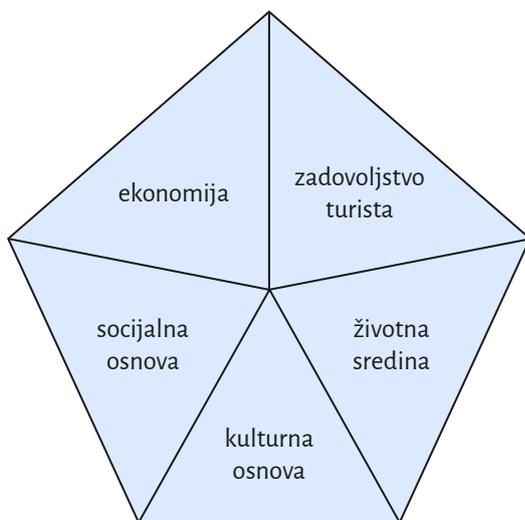
ne sredine i socio-kulturnim osobenostima receptivnog mesta;

- socijalni indikatori odražavaju socijalni integritet lokalne zajednice sa aspekta subjektivnog blagostanja domicilnog stanovništva u turističkoj regiji ili mestu;
- kulturni indikatori izražavaju stepen očuvanosti kulturnog identiteta lokalne zajednice pod dejstvom uticaja turista, koji dolaze iz sredina sa drugačijim kulturnim osobenostima;
- indikatori stanja životne sredine bi trebalo da pruže sliku o stanju životne sredine i uticajima koje turizam vrši u ovom segmentu (Jovičić, 2000).

Definisanje komparativnih indikatora polazi od potrebe integrisanja ekonomskih, ekoloških, socijalnih, kulturnih i činilaca zadovoljstva turista (Tabela 20). Pomoću njih se vrednuje aktuelno stanje razvoja turizma u određenoj prostornoj celini i time se dolazi do rezultata za preduzimanje neophodnih upravljačkih mera i aktivnosti. Primena indikatora se zasniva na sistemu kodiranja kojim se utvrđuju granične vrednosti za svaki indikator i na osnovu kojih se stanje ocenjuje kao kritično, podnošljivo i održivo. Zbog toga se ovi indikatori nazivaju indikatorima upozorenja. Sistemom kodiranja se uvode tri zone:

- crvena zona označava da je situacija kritična i da je neophodno odmah preduzeti prikladne mere, kako bi se dalji razvoj turizma modifikovao i stavio pod čvršću kontrolu ili čak zaustavio;
- žuta zona ukazuje da je situacija podnošljiva, ali da progresivan porast turizma u narednom periodu može prouzrokovati ozbiljne promene, pa je preporučljivo preuzeti određene preventivne mere;
- zelena zona ocenjuje postojeće stanje razvoja turizma održivim, što je rezultat kvalitetnog upravljanja i svrsishodnih mera i aktivnosti preduzetih u proteklom periodu (Jovičić, 2000).

Predloženi komparativni indikatori održivog turizma iziskuju obimna istraživanja i prikupljanje traženih informacija. Složenost



► **Slika 56.** Komparativni indikatori održivog turizma Evropske unije su raspoređeni prema komponentama održivog turizma  
Izvor: Jovičić, 2000.

**Tabela 20.** Komparativni indikatori održivog turizma

Tip indikatora	Indikator	Tumačenje
Ekonomski	Sezonski karakter prometa: % poseta u punoj sezoni (tri meseca)	< 40% zelena zona 40-50% žuta zona > 50% crvena zona
	Odnos noćenja i smeštajnih kapaciteta	>150% zelena zona 120-150% žuta zona < 120% crvena zona
	Koeficijent lokalnog uvećanja	Nije u prvom trenutku određeno
Zadovoljstvo turista	Ponovljene posete: % ponovljenih poseta u periodu od pet godina	>50% zelena zona 30-50% žuta zona <30% crvena zona
Kulturni	Odnos smeštajnih kapaciteta i broja lokalnog stanovništva	<1,1:1 zelena zona 1,1-1,5:1 žuta zona >1,6:1 crvena zona
	Intenzitet turizma: broj noćenja (000) prema broju stanovnika (00)	<1,1:1 zelena zona 1,1-1,5:1 žuta zona >1,6:1 crvena zona
Socijalni	Učešće turizma u lokalnom neto društvenom proizvodu	Treba porediti sa učešćem turizma u lokalnoj zaposlenosti
	% turista koji ne dolaze posredstvom turoperatora	>70% zelena zona 50-70% žuta zona <50% crvena zona
Indikatori stanja životne sredine	Zemljište – % zemljišta na kome je izgradnja dozvoljena, ali nije realizovana	<10% zelena zona 10-20% žuta zona >20% crvena zona
	Korišćenje i zauzimanje zemljišta: % promena u izgrađenosti područja u toku pet godina	Nije u prvom trenutku određeno
	Saobraćaj: % dolazaka turista koji ne koriste privatni automobil	>20% zelena zona 10-20% žuta zona <10% crvena zona

Izvor: Jovičić, 2000.

je utoliko veća, jer podaci pripadaju različitim grupama – ekonomskoj, ekološkoj, socijalnoj, kulturnoj i zadovoljstvu turista. Ipak, ovo je bio dobar način za merenje održivog turizma. Praksa je potvrdila da su nadležni organi i privredni sektor bili spremni da dosledno primenjuju ove pokazatelje (Jovičić, 2000).

### Evropski sistem turističkih indikatora

Evropski sistem turističkih indikatora (European Tourism Indicators System – ETIS) je razvila Evropska komisija kako bi podstakla turističke destinacije da se suoče sa društvenim, kulturnim, ekonomskim i ekološkim izazovima. Sistem se vidi kao doprinos u merenju učinka u odnosu na održivost. Evropski sistem turističkih indikatora je pogodan za sve turističke destinacije i on ih zapravo podstiče da

usvoje mudriji pristup u planiranju turizma. Ovaj sistem održivog turizma je:

- alat za upravljanje, koji podržava one destinacije koje žele da zauzmu održivi pristup u upravljanju destinacijom;
- šema monitoringa, jednostavna za korišćenje, prikupljanje podataka i detaljnih informacija, koja omogućava destinacijama da prate učinak turizma iz godine u godinu;
- informativno sredstvo, a ne sredstvo sertifikacije, korisno za kreatore turističke politike, turistička preduzeća i druge zainteresovane strane (EU, 2016).

Evropski sistem turističkih indikatora je tako osmišljen da vodi destinacije u procesu implementacije indikatora. Destinacije kroz ovaj vodič mogu, korak po korak, da uče o efikasnom procesu, koji konačno teži ka uspo-

stavljanju sistema indikatora i to počevši od podizanja svesti, preko angažovanja zainteresovanih strana i definisanja odgovornosti, pa do prikupljanja podataka i analize rezultata za kontinuirana unapređenja. Ključni korak u ovakvom pristupu je formiranje radne grupe, sastavljene od zainteresovanih strana interdisciplinarnog tima, koja utvrđuje prioritete, uloge i odgovornosti među važnim igračima, stimuliše saradnju i koordinaciju i podržava proces upravljanja i monitoringa.

Skup osnovnih indikatora, koji pokriva glavne dimenzije održivosti, teži prikupljanju podataka o različitim aspektima i aktivnostima turističke destinacije iz različitih izvora informacija na lokalnom nivou. U tom smislu, Evropski sistem turističkih indikatora promo-

više razvoj i unapređenje integrisanog informacionog sistema, koji može biti podrška za popunjavanje praznine u informacijama, kao i u drugim analizama. Konačno, pošto je konkurentnost turizma usko povezana sa njegovom održivošću, Evropski sistem turističkih indikatora omogućava donosiocima odluka da prate glavne elemente privrede, koji određuju atraktivnost i konkurentnost destinacije na tržištu, a sve to kako bi se poboljšalo iskustvo posetilaca.

Izvršenje kompleta alata turističkih indikatora treba da koordinira lokalni lider koji je motivisan da pokrene implementaciju sistema u svojoj destinaciji. To može biti viši predstavnik organizacije za upravljanje destinacijom, odbora za marketing destinacije, turističkog

### Prilog 23. Na putu ka održivosti u turizmu: „Slovenia Green“

Slovenija sa izuzetno očuvanom prirodom predstavlja pravi biser evropskog turizma. Međutim, dok su postulati održivosti dobro uključeni u zakonodavstvo, dotle su istovremeno primećeni nedostaci u praktičnoj implementaciji „zelenih“ politika na lokalnom nivou. U saradnji sa fabrikom održivog turizma „GoodPlace“, Turistička organizacija Slovenije sprovodi ambiciozan projekat „Slovenia Green“ za unapređenje konkurentnosti lokalnih destinacija.

U okviru zelene šeme, Turistička organizacija Slovenije od 2015. godine primenjuje Evropski sistem turističkih indikatora i koristi kriterijume Globalnog saveta za održivi turizam (GSTC) da uspostavi holističku šemu sertifikacije, koja uzima u obzir nacionalne karakteristike Slovenije na nivou destinacija i turističkih provajdera. „GoodPlace“ pruža usluge edukacije i umrežavanja, a zatim i poziva koordinateure za turizam da učestvuju u ciljanom programu obuke.

Svaka destinacija koja želi da dobije oznaku „Slovenia Green“ mora da potpiše zelenu razvojnu politiku, kao znak zvanice posvećenosti i da sprovede proces od sedam koraka uključujući i: podizanje svesti, kreiranje profila destinacije i prikupljanje statističkih podataka. Nakon sertifikovanja, koordinatori destinacije moraju da podnose godišnje izveštaje o

napretku i da uđu u fazu ponovne evaluacije svake dve do tri godine. U skladu sa nivoom održivosti, koji je moguće dokazati, destinacije mogu da napreduju od

Prema organizatorima i kreatorima „zelenih“ politika, potrebno je da menadžeri turističkih destinacija dobro razmisle o održivim turističkim proizvo-



▲ Slika 57. Bled – sertifikovana destinacija održivog turizma u Sloveniji

Foto: V. Stojanović

bronzanog do platinastog nivoa u svojoj sertifikaciji. Hoteli se podstiču na dobijanje međunarodno priznate eko-oznake kao što su Zelena planeta, „Travelife“ ili „EU Ecolabel“, pre nego što se kvalifikuju za „Slovenia Green“ sertifikat.

dima koje žele da razviju i promovišu. Svaka destinacija mora da pronađe jedinstvenu i autentičnu lokalnu priču iz svog „zelenog“ proizvoda, kako bi svojim posetiocima ponudila posebno iskustvo.

odbora, lokalnih/regionalnih turističkih vlasti, ministarstva turizma, privatnog sektora ili turističkog udruženja.

Prema Evropskom sistemu turističkih indikatora takođe je moguće sve indikatore podeliti u dve velike grupe. Prva grupa su osnovni indikatori, koji obuhvataju ključne i osnovne informacije. Neophodno je da takve indikatore nadležni u destinaciji razumeju, prate i njima upravljaju. U ovoj grupi se nalaze 43 indikatora raspoređena u četiri podgrupe: menadžment destinacije, ekonomska vrednost, društveno-kulturni uticaj i ekološki uticaj. Indikatori su postavljeni tako da bi trebalo da omogućće poredjenja u vremenu i između destinacija. Prema idealnom scenariju sve indikatore bi trebalo redovno pratiti, što može biti poteškoća za neke destinacije, ali to ne bi trebalo i da ih sputava u ispunjavanju zadataka. Druga grupa su dopunski indikatori, koji se mogu osmisliti nakon uspostavljanja procesa praćenja osnovnih indikatora. Dopunski indikatori su odraz želje za prikupljanjem dodatnih informacija koje su više prilagođene određenom tipu destinacija (npr. planinske, gradske, ruralne, priobalne, ostrvske i gradske). Indikatori iz ove grupe moraju imati jasnu metodologiju za prikupljanje podataka i testiranje (EU, 2016).

Evropski sistem turističkih indikatora je dobrovoljno i uspešno implementiran u dve pilot faze od 2013. godine i to u preko sto destinacija (Prilog 23), uključujući i one koje nisu u državama članicama Evropske unije. Ove destinacije su potvrdile da je njihova održivost i pristupačnost finansijski i logistički izvodljiva i da mogu imati pozitivan uticaj na konkurentnost unutar celog turističkog sektora. Destinacije koje koriste Evropski sistem turističkih indikatora mogu poboljšati svoju ekonomsku održivost.

### **Indikatori Svetske turističke organizacije za održivi turizam prema tipu destinacije**

Svetska turistička organizacija je od devedesetih godina 20. veka imala vodeću ulogu u identifikaciji i testiranju indikatora koji su u vezi sa turizmom. U prvom koraku ova organizacija je proizvela jednostavnu šemu koja pomaže lokalnim menadžerima da odaberu odgovarajući skup indikatora, specifičnih za neki loka-

litet, kako bi uvećali šansu postizanja održivosti. Šema se sastoji od pet kriterijuma prema kojima se indikatori mogu rangirati, u odnosu na konačnu ocenu, kao „visoki“, „srednji“ ili „niski“, u smislu ispunjavanja svakog kriterijuma (WTO, 1996).

U jednoj od naknadnih elaboracija, Svetska turistička organizacija je 2004. godine predložila poseban set indikatora prema tipu destinacije. Ovaj vodič kroz indikatore održivog turizma nudi više od pet stotina indikatora, koji pozivaju menadžere da odaberu onaj niz tih indikatora, koji je pogodan za specifične okolnosti njihovih turističkih destinacija. Da bi pomogao u procesu selekcije i implementacije, vodič dopunjuje predložene indikatore informacijama o tome zašto je svaki važan, kako se može meriti i koja merila treba da se koriste (WTO, 2004).

Svetska turistička organizacija polazi od činjenice da svaka destinacija ima sopstvenu kombinaciju okolnosti i karakteristika koje je čine jedinstvenom. Na osnovu takvih ocena moguće je za svaki tip destinacije izdvojiti grupe indikatora održivog turizma. Okolnosti u određivanju indikatora postaju još dinamičnije ukoliko se sagleda da neke destinacije unutar svojih granica ispoljavaju odlike dva i više tipova turističkih destinacija. Na primer, destinacije ostrvskih planina verovatno sadrže karakteristike i malih ostrva, priobalnih područja i najzad planina, tako da formiranje seta indikatora mora ovde da uvaži odlike svakog od tih prostora.

Svetska turistička organizacija je predložila set indikatora za osamnaest tipova turističkih destinacija u koje spadaju: priobalna područja, destinacije plaža, mala ostrva, destinacije pustinja i predeli sa malom količinom padavina, planine, prirodni i ekološki osetljivi predeli, destinacije ekoturizma, zaštićena područja, zajednice lokalnog stanovništva u zaštićenim područjima ili njihovoj okolini, tematske rute, destinacije kulturnog nasleđa, male i tradicionalne zajednice lokalnog stanovništva, gradski turizam, kongresni centri, destinacije u kojima razvoj turizma traže lokalne zajednice, tematski parkovi, akva parkovi i kruzeri sa svojim destinacijama.

Pošto se princip indikatora održivog turizma prema tipu destinacije zasniva na različ-

tosti koju destinacije, u brojnim parametrima, ispoljavaju jedna u odnosu na drugu, npr. zaštićeno područje u odnosu na gradski turizam, onda je moguće demonstrirati različite pristupe u formiranju indikatora upravo na primeru te dve pomenute destinacije – zaštićeno područje i gradski centar.

Upravljači zaštićenih područja (npr. nacionalni parkovi) se često moraju baviti oprečnim zadacima poput zaštite prirodnih vrednosti, koje su povod za formiranje i uređivanje zaštićenog područja, kao i pružanjem usluga onima koji posećuju te vrednosti, odnosno, turistima. Zaštićena područja su značajne destinacije i niz indikatora održivog turizma pomaže planerima i menadžerima da se one i urede po principima održivosti. Mnoga zaštićena područja imaju sistem indikatora koji je povezan sa stanjem ekosistema i biljnih i životinjskih vrsta. Sve to utiče specifično na usvajanje indikatora, koji su osobeni za svako zaštićeno područje posebno. U nekim slučajevima, izuzet-

no brojni indikatori su rukovođeni politikom upravljanja zaštićenim područjem (npr. ključni indikatori za pojedine vrste su: areal rasprostranjenosti, razmnožavanje, bolesti, uticaj predatora, rasprostranjenost hrane). Najzad, važno je istaći da se predloženi set indikatora, za zaštićena područja, ne odnosi na ekološki menadžment zaštićenog područja, već samo na menadžment turizma u zaštićenom području (Tabela 21).

Pitanja održivog razvoja turizma u gradovima nisu još dovoljno razvijena na način kako je to u slučaju nekih drugih oblika turizma. Grupe i pojedinci koji se bave pitanjima održivog razvoja i razvojem gradova (istraživači, nevladine organizacije, učesnici u procesu realizacije lokalne agende 21 i drugi) u poslednje vreme sve više insistiraju na ubrzanom rešavanju svih bitnih problema, koji proističu iz turističkog razvoja gradova, tako da su ključni indikatori za postizanje ovih ciljeva usmereni prema očuvanju urbanističke prepoznatljivosti, regulisanju

**Tabela 21.** Set indikatora za zaštićena područja

Oblast	Indikatori održivog turizma
Broj posetilaca	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ukupan broj posetilaca u zaštićenom području</li> <li>▶ Ukupan broj turista u špicu (danu, mesecu)</li> <li>▶ Dužina boravka</li> <li>▶ Intenzitet korišćenja na ključnim mestima (broj osoba po km<sup>2</sup>)</li> <li>▶ Prihodi od plaćanja usluga i proizvoda</li> <li>▶ Broj dozvoljenih vodiča u zaštićenom području</li> <li>▶ Procenat posetilaca koji su pod kontrolom vodiča i organizatora turizma</li> </ul>
Integritet i sistem zaštite	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Broj lokaliteta, ekosistema i vrednosti za koje se smatra da mogu biti degradirane (ukupan procenat takvih teritorija)</li> <li>▶ Indikatori zdravlja značajnih biljnih i životinjskih vrsta</li> <li>▶ Procenat zaštićene teritorije koja je betonirana ili na neki drugi način prilagođena razvoju turizma</li> <li>▶ Procenat zaštićenog područja koje je predmet različitog nivoa zaštite (npr. IUCN kategorije)</li> </ul>
Šteta izazvana posetom turista	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Procenat zaštićene teritorije u degradiranom stanju (klasifikovati na osnovu vrste degradacije)</li> <li>▶ Procenat staza i puteva (dužina) koje su u degradiranom stanju</li> <li>▶ Troškovi sanacije degradirane površine</li> <li>▶ Procenat zaštićene teritorije pogođen nedozvoljenim aktivnostima (lov, seča šuma)</li> <li>▶ Broj incidenata i slučajeva lovokrađe</li> </ul>
Nivo kontrole i monitoringa posetilaca i turista	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Broj kriminalnih slučajeva uperenih prema turistima</li> <li>▶ Broj incidenata vandalizma</li> <li>▶ Procenat posetilaca koji nisu platili cenu ulaznice (gde je cena ulaznice uključena)</li> <li>▶ Broj čuvara i rendžera (i odnos prema broju turista)</li> </ul>
Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Sredstva utrošena na marketing zaštićenog područja</li> </ul>
Menadžment	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Broj zaposlenih u upravljačkoj strukturi (čuvara, menadžera, kontrolora)</li> <li>▶ Troškovi zaštite</li> <li>▶ Broj susreta svih stejkholdera uključujući i lokalne zajednice</li> <li>▶ Odnos turističkih prihoda prema rashodima upravljanja zaštićenim područjem</li> </ul>

Izvor: WTO, 2004.

**Tabela 22.** Set indikatora za gradski turizam

Oblast	Indikatori održivog turizma
Unapređenje vizuelne gradske morfologije i zaštita nasleđa	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Procenat obnovljenih istorijskih građevina</li> <li>▶ Ulaganje po m<sup>3</sup> javnog i privatnog prostora u cilju unapređenja gradskog ambijenta</li> <li>▶ Porast procenta pešačkih staza u ukupnoj mreži puteva</li> <li>▶ Postojanje i obim javnih otvorenih prostora</li> <li>▶ Ulaganje u toku godine po m<sup>3</sup> javnog i privatnog prostora u cilju restauracije istorijskih građevina</li> </ul>
Održivo turističko poslovanje	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Procenat poslovanja koje je usaglašeno sa politikom zaštite životne sredine</li> </ul>
Menadžment životne sredine	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Nivo javnih i privatnih finansija potrošenih u cilju zaštite životne sredine</li> <li>▶ Doprinos menadžmenta životne sredine redukciji troškova u poslovanju (vrednost, %)</li> <li>▶ Promene u povraćaju investicija (%)</li> <li>▶ Promene u korišćenju materijala i resursa (%)</li> </ul>
Saobraćaj	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Procenat turista koji dolazi posredstvom javnog prevoza</li> <li>▶ Pristupačnost turističkih atrakcija pomoću javnog prevoza</li> <li>▶ Postojanje sistema kontrole za parkiranje autobusa i nivo kontrole</li> <li>▶ Cena taksija (po kilometru)</li> </ul>
Integracija regionalne ekonomije	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Vrednost i procenat proizvoda koji su kupljeni u regiji (npr. organski proizvedena hrana)</li> <li>▶ Procenat prodavnica namenjenih turistima koje promovišu lokalne proizvode</li> </ul>
Prezentacija kulturnog znanja	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Broj i procenat tura ili publikacija koje: daju detaljne informacije o istoriji grada, ističu aktuelna pitanja razvoja grada i promovišu nove i nekonvencionalne sadržaje</li> </ul>
Gužva/prostorna distribucija	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Ukupan broj turista po km<sup>2</sup> na ključnim lokacijama</li> <li>▶ Raznovrsnost tura i lokaliteta za posetu, koji šire turističke sadržaje po celoj teritoriji grada</li> <li>▶ Broj različitih lokaliteta koji primaju turiste</li> </ul>
Stavovi stanovnika o pitanjima razvoja turizma	<ul style="list-style-type: none"> <li>▶ Zadovoljstvo lokalnog stanovništva gradova razvojem turizma (tehnik ankete i upitnika)</li> </ul>

Izvor: WTO, 2004.

saobraćaja, pitanjima životne sredine i interpretaciji kulturnog nasleđa (Tabela 22).

Indikatori Svetske turističke organizacije se vide kao strateško sredstvo za održivi razvoj turističkih destinacija. Stručnjaci iz celog sveta, koje je okupila upravo Svetska turistička organizacija, pružili su ideje i pristupe, kako bi pomogli destinacijama u postizanju ciljeva održivog turizma. Vodič kroz turističke indikatore koje su ponudili je zamišljen kao pomoć menadžerima destinacija, zajednicama i svim zainteresovanim stranama, koje rade zajedno za budućnost svoje destinacije. Ključne poruke na tom putu su sledeće:

- Indikatori su alati koji pružaju tačne informacije za donošenje odluka, vode ka implementaciji rešenja, razvoju partnerstava, boljem planiranju i upravljanju. Oni nisu sami po sebi cilj, već su signali važnih trendova i promena, katalizator za diskusiju o budućim planovima, rizicima za destinaciju i uticajima na ono što je od važnosti za

sve. Indikatori, takođe, mogu poslužiti kao mere učinka za napredak ka održivosti.

- Indikatori nisu procedura za jednokratnu upotrebu. Oni su najkorisniji kada se mere više puta i dosledno kroz dugoročne programe praćenja. Samo kada su informacije dostupne tokom vremena, u kontinuitetu, može doći do najefikasnijeg korišćenja indikatora, čime se pruža kontekst za razumevanje promena i njihovog značaja za prioritete razvojne politike.
- Indikatori moraju biti integrisani u procese donošenja odluka. Održivi razvoj turizma zahteva dobru informisanost i integrisani pristup upravljanju, podržan od strane pravih indikatora. Cilj razvoja seta indikatora nije samo merenje određenih faktora, izrada tabela ili ispostavljanje izveštaja, već i bolje donošenje odluka za održivi razvoj destinacije. Indikatori, stoga, treba da budu sastavni deo procesa planiranja, upravljanja i praćenja.

- Indikatori moraju biti zajednički. Informacije koje prikupljaju državni organi sa različitim mandatima i na različitim nivoima, od raznih organizacija privatnog i civilnog sektora ili putem istraživanja, mogu biti važne za indikatore održivog turizma i za donošenje odluka. Indikatori na lokalnom nivou mogu biti gradivni blokovi za usvajanje indikatora na regionalnom i nacionalnom nivou. Indikatori moraju biti dostupni svim zainteresovanim stranama u procesu odlučivanja.
- Indikatori osnažuju destinacije, obezbeđujući informacije potrebne za pregovaranje

o budućim investicijama, razvojnim standardima, zajedničkim ulaganjima i podeli koristi. Oni takođe podržavaju pristupe prema konsenzusu o tome šta je važno podržati i kako to postići (WTO, 2004).

Indikatori Svetske turističke organizacije za održivi turizam su ostali do danas najseobuhvatniji i najfleksibilniji vodič za održivi turizam. Međutim, ponekada se zamera to što je ovaj vodič ometen svojom složenošću i veličinom, kao i neuspehom da jasno opiše rizike i izazove povezane sa korišćenjem indikatora održivog turizma (Weaver and Lawton, 2014).

## LITERATURA

- Adamas, B. (2009): Sustainable development. In D., Gregory, R.J. Johnston, G. Pratt, M. Watts, and Whatmore, S., (eds) *The Dictionary of Human Geography*. Chichester: John Wiley & Sons Ltd, pp. 739.
- Alonso, A. (2001): *Biodiversity: Connecting with the Tapestry of Life*, Smithsonian Institution/Monitoring and Assessment of Biodiversity Program and President's Committee of Advisors on Science and Technology, Washington.
- Baker, S. (2006): *Sustainable Development*. Routledge, Abingdon.
- Barter, M., Newsome, D., Calver, M. (2008): Preliminary quantitative data on behavioural responses of Australian pelican (*Pelecanus conspicillatus*) to human approach on Penguin Island, Western Australia, *Journal of Ecotourism* 7 (2/3), 197-212.
- Baumgartner J. (2006): *Conservation by Design*, The Nature Conservancy, Arlington.
- Becken, S., Hay, J. (2007): *Tourism and Climate Change*. Channel View Publications, Clevedon.
- Begon, M., Townsend, C. (2021): *Ecology : from individuals to ecosystems*. Wiley, Chichester.
- Benckendorff, P., Moscardo, G. (2013): Free-choice learning and ecotourism. In R. Ballantyne, and J. Packer (eds) *International Handbook on Ecotourism*. Edward Elgar, Cheltenham, pp. 155-168.
- Biederman, P., Lai, J., Laitamaki, J., Messerli, H., Nyheim, P., Plog, S. (2008): *Tourism and Travel – An Industry Primer*. Pearson, Upper Saddle River.
- Blamey, R. (2001): Principles of Ecotourism. In: Weaver, D. (ed.) *The Encyclopedia of Ecotourism*, CABI Publishing, Wallingford, pp. 5-22.
- Blanži, S. (2000): *Ekoturizam bez suza*, UNESCO glasnik, Zavod za međunarodnu naučnu, prosvetnu, kulturnu i tehničku saradnju Republike Srbije, Beograd.
- Blewitt, J. (2008): *Understanding Sustainable Development*. Earthscan. London.
- Boniface, B., Cooper C., Cooper, R. (2012): *Worldwide Destinations: The geography of travel and tourism*. Routledge.
- Borges, M., Carbone, G., Bushell, R., Jaeger, T. (2011): *Sustainable tourism and natural World Heritage – Priorities for action*. IUCN, Gland.
- Bowman, W., Hacker, S., Cain, M. (2017): *Ecology*. Sinauer Associates, Sunderland.
- Brawley, M. (2009): Globalization. In K. A. Reinert, and R. S., Rajan (eds) *The Princeton Encyclopedia of the World Economy*. Princeton University Press, Princeton and Oxford, Princeton, pp. 555-561.
- Buckley, R. (2001): Major Issues in Tourism Ecolabelling. In Font, X., Buckley, R., (Eds.), *Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management*. Wallingford: CABI Publishing, 19-26.
- Buckley, R. (2009): *Ecotourism: Principles & Practices*. CABI, Wallingford.
- Buckley, R. (2013): Defining ecotourism: consensus on core, disagreement on detail. In R. Ballantyne, and J. Packer (eds) *International Handbook on Ecotourism*. Edward Elgar, Cheltenham, pp. 9-14.

- Buckley, R., King, N. (2003): Visitor-impact Data in a Land-management Context. In Buckley, R., Pickering, C., Weaver, D., (Eds.), *Nature-based Tourism, Environment and Land Management*. CABI Publishing, Oxon, 89-99.
- Butcher, J. (2007): *Ecotourism, NGOs and Development – A critical analysis*. Routledge, Oxon.
- Butler, R. (1998): Rural recreation and tourism. In: Ilbery, B. (ed.) *The Geography of Rural Change*, Longman, Harlow, pp. 211-232.
- Bušljeta Tonković, A. (2019): (Un)sustainable (rural) tourism: A case study of Lika-Senj County. *Socijalna ekologija* 28 (3), 249-268.
- Ceballos-Lascurain, H. (1992): Tourism, ecotourism, and protected areas. Proceedings of IV Congress on National Parks and Protected Areas. Proceedings of IV Congress on National Parks and Protected Areas, Caracas. IUCN, Gland, Switzerland.
- Cleverdon, R. (1999): *Lecture Notes*, Centre for Leisure and Tourism Studies, University of North London.
- Cabrini, L. (2010): Climate Change and Tourism – Facing the Challenges. In: Schott, C. (ed.) *Tourism and the Implications of Climate Change: Issues and Actions*, Emerald, Bingley, 49-64.
- Cassar, M., Pender, R. (2005): The impact of climate change on cultural heritage: Evidence and response. Proceedings of the ICOM committee for conservation, preprints of the 14th triennial meeting, The Hague, 12-16 September 2005 (610-616), Earthscan, London.
- Chhabra, D. (2010): *Sustainable Marketing of Cultural and Heritage Tourism*. Routledge, Abingdon.
- Chen, A., Lu, Y., Ng, Y. (2015): *The Principles of Geotourism*. Springer.
- Coca-Stefaniak, A., Seisdedos, G. (2021): Smart urban tourism destination at a crossroads: being “smart” and urban are no longer enough. In A. M. Morrison and J. A. Coca-Stefaniak (eds.) *Routledge Handbook of Tourism Cities*. Routledge. Abingdon. pp. 359-373.
- Cohen, E. (1972): Towards a Sociology of International Tourism, *Social Research*, 39(1): 164-89.
- Cooper, C., Hall, M. (2008): *Contemporary Tourism: An International Approach*. Elsevier, Oxford.
- Cruz-Modino, R., Cosentino, M. (2022): Conservation Hub: The Added Value of the Whale-Watching Industry. *Sustainability*, 14 (20), <https://doi.org/10.3390/su142013471>.
- Čomić, Đ., Pjevač, N. (1997): *Turistička geografija*. Beograd.
- Davidson, N. (2014): How much wetland has the world lost? Long-term and recent trends in global wetland area. *Marine and Freshwater Research*, 65(10), 934-941.
- Day, J. (2021): Sustainable tourism in cities. In A. M. Morrison and J. A. Coca-Stefaniak (eds.) *Routledge Handbook of Tourism Cities*. Routledge. Abingdon. pp. 52-64.
- Doxey, G., V. (1975): „A causation theory of visitor-resident irritants: methodology and research inference“, Paper presented at the TTRA Conference, San Diego, California, pp. 195-198.
- Do, Y., Kim, S., Kim, J., Joo, G. (2015): Wetland-based tourism in South Korea: who, when, and why. *Wetlands Ecology and Management*, 23, 779–787.
- Dow, K., Downing, T. (2007): *The Atlas of Climate Change, Mapping the World's Greatest Challenge*, Earthscan, Brighton.
- Dowling, R., Fennell, D (2003): The Context of Ecotourism Policy and Planning. In D. Fennell and Dowling, R., (Eds.), *Ecotourism Policy and Planning* (pp. 1–20), Wallingford: CABI Publishing.
- Dowling, R. (2011): Geotourism's Global Growth. *Geoheritage*. DOI 10.1007/s12371-010-0024-7
- Drake, S., P. (1991): Local participation in ecotourism project. In T. Whelan (ed.) *Nature Tourism: Managing for the Environment*, DC: Island Press, Washington.
- du Cros, H., McKercher, B. (2015): *Cultural Tourism*. Routledge, Abingdon.
- Dudley, N. (Editor) (2008): *Guidelines for Applying Protected Area Management Categories*. Gland, Switzerland: IUCN. WITH Stolton, S., P. Shadie and N. Dudley (2013). *IUCN WCPA Best Practice Guidance on Recognising Protected Areas and Assigning Management Categories and Governance Types*, Best Practice Protected Area Guidelines Series No. 21, Gland, Switzerland: IUCN.

- Dwyer, L., Edwards, D. (2010): Sustainable Tourism Planning. In J. Liburd, Edwards, D., (eds) Understanding the Sustainable Development of Tourism. Goodfellow Publishers Ltd, Oxford, 130-147.
- Đukić, P., Pavlovski, M. (1999): Ekologija i društvo, Ekocentar, Beograd.
- Eagles, P., McCool, S. (2002): Tourism in National Parks and Protected Areas – Planning and Management. CABI Publishing, Wallingford.
- Edgell, D. (2020): Managing Sustainable Tourism – A Legacy for the Future. Routledge, Abingdon.
- Egresi, I., Prakash, S., Maduraperruma, B., Withanage, A., Weerasingha, A., Dezsi, S., Racasan, B. (2021): What Affects Support for Wetland Tourism? A Case Study from Sri Lanka. *Sustainability* 2021, 13, 8802. <https://doi.org/10.3390/su13168802>.
- EU (2016): The European Tourism Indicator System: ETIS toolkit for sustainable destination management. Luxembourg.
- EUROPARC (2010): European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas. Regensburg.
- EUROPARC (2021): How to Become a Europarc Sustainable Destination – Technical Guidelines & Term of Reference. Regensburg.
- Ehrlich, P.R., Ehrlich, A.H. (1981): Extinction: The causes and Consequences of the Disappearance of Species, Random house, New York, 72-98.
- Fatorić, S. and Seekamp, E. (2017). Are cultural heritage and resources threatened by climate change? A systematic literature review. *Climatic Change*, 142: 227-254.
- FEE (2006): Awards for Improving the Coastal Environment: The example of the Blue Flag. Copenhagen.
- FEE (2007): The Blue Flag – eco-label for beaches and marinas. Copenhagen.
- Feifan Xie, P. (2015): Industrial Heritage Tourism. Channel View Publications, Bristol, Buffalo, Toronto.
- Fennell, D.A., Eagles P.F.J. (1990): „Ecotourism in Costa Rica: a conceptual framework“, *Journal of Park and Recreation Administration* 8(1): 23-34.
- Fennell, D. (2006): Tourism Ethics. Channel View Publications, Clevedon.
- Fennell, D., Malloy, D. (2007): Codes of Ethics in Tourism – Practice, Theory, Synthesis. Channel View Publications, Clevedon.
- Fennell, D. (2012). Ecotourism. In A. Holden & D. Fennell (Eds.), *The Routledge Handbook of Tourism and the Environment* (pp. 323–333). London: Routledge.
- Fennell, D. (2015): Ecotourism. Routledge, Oxon.
- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2018): *Tourism – principles and practice*. Pearson, Harlow.
- Font, X. (2001): Regulating the Green Message: the Players in Ecolabelling. In Font, X., Buckley, R., (Eds.), *Tourism Ecolabelling: Certification and Promotion of Sustainable Management*. Wallingford: CABI Publishing, 1-17.
- Font, X., Brassler, A. (2002): WWF's sustainable tourism certification programme in Europe's national parks. In Harris, R., Griffin, T., P., Williams (Eds.), *Sustainable Tourism: A Global Perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 103-118.
- Fouberg, E., H., Murphy, A., B., Blij, H., J. (2012): *Human Geography – People, Place and Culture*. John Wiley & Sons, Inc.
- Franquesa, J., Morell, M. (2007): Transversal Indicators and Qualitative Observatories of Heritage Tourism. In: Richard, G., (ed.), *Cultural Tourism – Global and Local Perspectives*, Routledge, 169-194.
- Freitas, C. (2005): The Climate–Tourism Relationship and its Relevance to Climate Change Impact Assessment. In: M. Hall & J. Higham (eds.), *Tourism, Recreation and Climate Change*. Channel View Publications, Clevedon, 29-43.
- George, W., Mair, H., Reid, D. (2009): *Rural Tourism Development Localism and Cultural Change*. Channel View Publications, Bristol.

- German Federal Agency for Nature Conservation, Biodiversity and Tourism – Conflicts on the World's Seacoasts and Strategies for Their Solution, Springer, Berlin, 1997.
- Gillson, L. (2015): Biodiversity Conservation and Environmental Change. Oxford University Press, Oxford.
- Goeldner, C., Ritchie, B. (2012): Tourism: principles, practices, philosophies. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken.
- Goodwin, H. (1996): In pursuit of ecotourism. *Biodiversity and Conservation* 5(3): 277-291.
- Gordon, J., Morrocco, S., Ballantyne, C., Thompson D. (2006): Links between geodiversity and biodiversity on upland plateaux in Scotland: the importance of terrain sensitivity in managing change. In: *The Future of Biodiversity in the Uplands*. Proceedings of a UHI Millennium Institute Conference, SNH Battleby, Perth, 8th December 2006.
- Gorjup-Kavčič, M., Režun, B., Eržen, U., Peljhan, M., Mulec, I. (2010): Natural, Cultural and Industrial Heritage as a Basis for Sustainable Regional Development within the Geopark Idrija Project (Slovenia). *Geographica Pannonica*, 14 (4), 138-146.
- Gössling, S. (2007): Ecotourism and global environmental change. In: Higham, J. (ed.) *Critical Issues in Ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon*, Elsevier, Oxford, pp. 70-84.
- Grace, J. (2012): *Climate change: an unprecedented environmental challenge, An Introduction to Physical Geography and the Environment*, Pearson, Harlow.
- Gray, M. (2004): *Geodiversity, valuing and conserving abiotic nature*, John Wiley & Sons Inc., Chichester.
- Grewenig, M. (2010): *Völklingen Ironworks*, European Centre for Art and Industrial Culture, World Heritage, UNESCO, 58.
- Gribin, Dž. (2005): *Vodič kroz nauku*, Laguna, Beograd.
- Guidelines on Biodiversity and Tourism Development, Secretariat of the Convention on Biological Diversity, Montreal, 2004.
- Hadžić, O. (2005): *Kulturni turizam*, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad.
- Hall, C. M. (2003): Institutional Arrangements for Ecotourism Policy. In D. Fennell and Dowling, R., (Eds.), *Ecotourism Policy and Planning* (pp. 21–38)., Wallingford: CABI Publishing.
- Hall, C. M. (2006): *Tourism, Biodiversity and Global Environmental Change*, in S. Gosling and C.M., Hall (eds) *Tourism and Global Environmental Change*, London: Routledge.
- Hall, M., Baird, T., James, M., Ram, Y. (2015): Climate change and cultural heritage: conservation and heritage tourism in the Anthropocene. *Journal of Heritage Tourism*, 11 (1): 10-24.
- Hall, C. M., Lew, A. A. (2009): *Understanding and Managing Tourism Impacts, an integrated approach*. Routledge. London and New York.
- Hall, M., Page, S. (2002): *The geography of tourism and recreation – Environment, place and space*. Routledge, Taylor & Francis Group, London & New York.
- Hall, M., Page, S. (2014): *The Geography of Tourism and Recreation – Environment, place and space*. Routledge, Abingdon.
- Ham, S., Weiler, B. (2002): Interpretation as the centerpiece of sustainable wildlife tourism. In Harris, R., Griffin, T., P., Williams (Eds.), *Sustainable Tourism: A Global Perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 35-44.
- Hee-Eun, K. (2011): Changing Climate, Changing Culture: Adding the Climate Change Dimension to the Protection of Intangible Cultural Heritage. *International Journal of Cultural Property*, 18: 259–290.
- Henriques, M., Canales, M., García-Frank, A., Gomez-Heras, M. (2018): Accessible Geoparks in Iberia: a Challenge to Promote Geotourism and Education for Sustainable Development. doi.org/10.1007/s12371-018-0300-5
- Higham, J., Lück, M. (2002): Urban ecotourism: a contradiction in terms? *Journal of Ecotourism* 1(1), 36–50.

- Higham, J., Carr, A. (2003): The Scope and Scale of Ecotourism in New Zealand: A Review and Consideration of Current Policy Initiatives. In D. Fennell and Dowling, R., (Eds.), *Ecotourism Policy and Planning* (pp. 235–254)., Wallingford: CABI Publishing.
- Holden, A. (2000): *Environment and Tourism*. Routledge, Abingdon.
- Holden, A. (2008): *Environment and Tourism*. Routledge, Abingdon.
- Holloway, C., Humphreys, C. (2016): *The Business of Tourism*. Pierson, Harlow.
- Hoppstadius, F. (2018): Sustainable development and tourism in a biosphere reserve – A case study of Lake Vänern Archipelago Biosphere Reserve, Sweden. *Karlstad University Studies*, Karlstad.
- Hoppstadius F., Sandel, K. (2018): Tourism – as exploration and demonstration of which sustainable development? The case of a biosphere reserve. *Tourism*, 66 (2), 161-176.
- Hose, T. (2006): Geotourism and interpretation. In Newsome, D., Dowling, R., (eds.) *Geotourism*, Oxford: Elsevier. 222-241.
- Hotel Energy Solution – Fact sheet, Hotel Energy Solution, World Tourism Organization, 2011.
- Houghton, J. (2015): *Global Warming, The Complete Briefing*, Cambridge – University Press, Cambridge.
- Hughes, K., Ballantyne, R. (2013): Winning hearts and minds through interpretation: walking the talk. In R. Ballantyne, Packer, J. (eds.) *International Handbook on Ecotourism*. Edward Elgar, Cheltenham. pp. 322-335.
- International Year of Ecotourism 2002, World Tourism Organization, United Nations Environment Programme, brochure, 2002.
- Ivanjek, Ž. (2001): *Mali rječnik romantizma*, ArtTresor naklada, Zagreb.
- Janković, M. (1998): *Five decades of Institute for nature conservation of Serbia*. Institute for nature conservation of Serbia, Beograd.
- Johnson, C. (2004): *Ecotourism Planning Considerations in eastern Central Europe*, Ecotourism: Management and Assessment, Thomson, London.
- Jovičić, D. (1997): *Razvoj turizma i zaštita prirode u nacionalnim parkovima*, Velarta, Beograd.
- Jovičić, D. (2000): *Turizam i životna sredina – koncepcija održivog razvoja*. Zadužbina Andrejević, Beograd.
- Kennell, J. (2013): After the crisis: Cultural tourism and urban regeneration in Europe. In M. Smith and G. Richard (eds.) *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. Routledge. Abingdon. pp. 317-323.
- Knox, P., Agnew, J., McCarthy, L. (2014): *The Geography of the World Economy*. Routledge. Abingdon. Oxon.
- Krohne, D. (2016): *Ecology – Evolution, Application, Integration*. Oxford University Press, Oxford, New York.
- Kusler, J., A. (1991): Ecotourism and resource conservation: introduction to issues, in J.A. Kusler (ed.) *Ecotourism and Resource Conservation: A Collection of Papers*, Volume 1. Madison, WI: Omnipress.
- Lazić L, Pavić D, Stojanović, V. et al. (2008): *Protected areas and ecotourism of Vojvodina*. Department of Geography, Tourism and Hotel Management, Faculty of Sciences, Novi Sad.
- Lee, T. (2009): A Structural Model to Examine How Destination Image, Attitude, and Motivation Affect the Future Behavior of Tourists. *Leisure Sciences: An Interdisciplinary Journal*, 31, 215–236.
- Leslie, D. (2005): Cultural tourism attractions and environmental performance. In M. Sigala and D. Leslie (eds.) *International Cultural Tourism: management, implications and cases*. Elsevier. Abingdon. pp. 66-79.
- Leslie, D. (2012): The Consumers of Tourism. In Leslie, D., (ed.) *Responsible Tourism: Concepts, Theory and Practice*. Wallingford: CABI Publishing. 54-71.

- Leung, Y.-F., Spenceley, A., Hvenegaard, G., Buckley, R. (2015): *Tourism and Visitor Management in Protected Areas: Guidelines towards sustainability*. Best Practice Protected Area Guidelines Series, Gland, Switzerland: IUCN.
- Leung, Y.-F., Spenceley, A., Hvenegaard, G., Buckley, R. (2018): *Tourism and visitor management in protected areas: Guidelines for sustainability*. Best Practice Protected Area Guidelines Series No. 27, Gland, Switzerland: IUCN.
- Lévêque, C., Mounolou, J., C. (2003): *Biodiversity*. John Wiley & Sons, Ltd, Chichester.
- Lindberg, K. (1991): *Policies for Maximizing Nature Tourism's Ecological and Economic Benefit*. World Resources Institute, Washington.
- Linking Tourism and Biodiversity, World Tourism Organization & Bonn Unit, Germany, 2009.
- Lutyk, C. (1998): *Desert in depth*, Traveler, January – February, National geographic, Washington.
- Mackinnon, D., Cumbers, A. (2007): *An Introduction to Economic Geography – Globalization, Uneven Development and Place*. Pearson, Prentice Hall, Harlow.
- Marsh, J. (2000): *Tourism and national parks in polar region*, *Tourism and national parks, Issues and implications*. John Wiley & Sons, LTD, Chichester.
- Marsh, W., Grossa, J. (2002): *Environmental geography – Science, Land Use and Earth System*, John Wiley & Sons, New York.
- Marsh, W., Kaufman, M. (2013): *Physical Geography, Great System and Global Environments*, Cambridge, University Press, Cambridge.
- Marshall, J. (1995): *Nature travel, Saving sea turtles*, Traveler, september, october, National geographic, Washington.
- Mathieson, A., Wall, G. (1982): *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman, London.
- McIntosh, R., Goeldner, C., Ritchie, B. (1995): *Tourism: principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons, Inc, New York.
- Metz, B. (2010): *Controlling Climate Change*, Cambridge – University Press, Cambridge.
- Mishan, E. (1969): *The Costs of Economic Growth*. Penguin, Harmondsworth.
- Molles, M. (2016): *Ecology: concepts and applications*. McGraw-Hill Education, New York.
- Moss, J. (1994): *Engineering Wilderness*. Arctic Circle, Spring, 10-27.
- Mowforth, M., Munt, I. (2016): *Tourism and Sustainability – Development, Globalisation and New Tourism in the Third World*, Routledge, Abingdon.
- Mowforth, M., Munt, I. (2003): *Tourism and Sustainability: Development and New Tourism in the Third World*. Routledge, London.
- Müller, H. (2004): *Turizam i ekologija, povezanost i područja djelovanja*. Masmedia, Zagreb.
- Napori Ujedinjenih nacija za bolju životnu sredinu 21. veka, Rezultati Svetskog samita u Rio de Žaneiru, Brazil 1992. godine, Savezno ministarstvo za životnu sredinu, Beograd, 1992.
- Nepal, S. (2000): *Tourism, national parks and local communities*, *Tourism and national parks, Issues and implications*, John Wiley & Sons, LTD, Chichester.
- Newsome, D., Moore, S., Dowling, R. (2002): *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts and Management*. Channel View Publications, Clevedon.
- Newsome, D., Dowling, R., Moore, S. (2005): *Wildlife tourism*. Channel View Publication, Clevedon, Buffalo, Toronto.
- Newsome, D., Dowling, R. (2006): *The scope and nature of geotourism*. In Newsome, D., Dowling, R., (eds.) *Geotourism*, Oxford: Elsevier. 3-25.
- Nischik, G., Mayer, M., Job, H. (2019): *Winter Sport Destinations, Spatial Planning and Protected Areas*. In Pröbstl-Haider, U., Richins, H. and Türk, S., (eds.) *Winter Tourism Trends and Challenges*. CABI, Wallingford. pp. 24-34.
- Obradović, S., Stojanović, V., Kovačić, S., Jovanović, T., Pantelić, M., Vujičić, M. (2021): *Assessment of residents' attitudes toward sustainable tourism development - A case study of Bačko Podunavlje Biosphere Reserve, Serbia*. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 35.

- Ochoa, G., Hoffman, J., Tin, T. (2005): *Climate, The force that shapes our world – and the future of life on Earth*, Rodale International Ltd, London.
- O’Gara, G. (1998): *A Gathering of Cranes*, Traveler, march, april, National geographic, Washington.
- Ólafsdóttir, R., Dowling, R. (2013): *Geotourism and Geoparks—A Tool for Geoconservation and Rural Development in Vulnerable Environments: A Case Study from Iceland*. *Geoheritage*. DOI 10.1007/s12371-013-0095-3
- Page, S., J. (1995): *Urban tourism*. Routledge, London.
- Page, S., J., Hall, M. (2003): *Managing urban tourism*, Pearson Education, Harlow.
- Pape, E. (2007): *The Costa del Norte*. *Newsweek*, April 16.
- Perez-Alvaro, E. (2016): *Climate change and underwater cultural heritage: Impacts and Challenges*. *Journal of Cultural Heritage*, 21: 842-848.
- Picard, D. (2013): *Cosmopolitanism and hospitality*. In M. Smith and G. Richard (eds.) *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. Routledge. Abingdon. pp. 165-171.
- Pickerill, J. (2008): *Valuing the Environment*. In P. Daniels, M. Bradshaw, D. Shaw, J. Sidaway (eds.) *An Introduction to Human Geography – Issues for the 21st Century*. Pearson, Harlow. pp. 135-158.
- Prato, T., Fagre, D. (2005): *National Parks & Protected Areas – Approaches for Balancing Social, Economic and Ecological values*, Blackwell Publishing, Ames.
- Presbury, R., Edwards, D. (2010): *Sustainable Operations Management*. In J. Liburd, Edwards, D., (eds) *Understanding the Sustainable Development of Tourism*. Goodfellow Publishers Ltd, Oxford.
- Primack, R. (1993): *Essentials of Conservation Biology*. Sinauer Associates, Sunderland.
- Primack, R., Milić, D., Radenković, S., Obreht, D., Bijelić-Čabrilo, O., Vujić, A. (2015): *Uvod u konzervacionu biologiju*. Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad.
- Prosser, C. (2002): *Terms of endearment*. *Earth Heritage*, 17, 12–13.
- Prunier, E., K., Sweeney, A., E., Geen, A., G. (1993): „Tourism and the environment: the case of Zakintos“, *Tourism Management*, 14(2): 137-141.
- Przebórska, L. (2016): *Relationships Between Rural Tourism and Agrarian Restructuring in a Transitional Economy: The Case of Poland*. In D. Hall, L. Roberts and M. Mitchell (eds.) *New Directions in Rural Tourism*. Routledge. Abingdon. pp. 205-222.
- Ramsar (2007): *What is Ramsar Convention on Wetlands?* Ramsar Information Paper no. 2.
- Ramsar (2011): *Recreation & tourism*. Wetland ecosystem services. Factsheet 9.
- Ramsar & WTO (2012): *Destination wetlands*. Gland, Madrid.
- Ramsar & WTO (2012a): *Wetland tourism: A great experience, responsible tourism supports wetlands and people*. Gland, Madrid.
- Ramsar (2015): *Wetlands: what can I do?* Fact Sheet 4.
- Relyea, R., Ricklefs, R. (2018): *Ecology: The Economy of Nature*. W. H. Freeman and Company, New York.
- Roberts, L., Hall, D. (2001): *Rural Tourism and Recreation: Principles to Practice*. CABI Publishing, Wallingford.
- Robinson, M. (2000): *Da li je kulturni turizam na pravom putu?*, UNESCO glasnik, Zavod za međunarodnu naučnu, prosvetnu, kulturnu i tehničku saradnju Republike Srbije, Beograd.
- Rojas, E. (2007). *The conservation and development of the urban heritage: A task for all social actors*. *City & Time*, 3 (1): 41-47.
- Rolston, H. (1987): *On Behalf of Bioexuberance*. *Garden Magazine* 11 (4), pp. 2-4 & 31-32.
- Roosa, S. (2008): *Sustainable Development Handbook*. The Fairmont Press. Lilburn.
- Russell, D., Bottrill, C., Meredith, G. (1995): *International ecolodge survey*. In *The Ecolodge Sourcebook – for Planners and Managers*, The Ecotourism Society, North Bennington.
- Ryanair, *Getaway Caffè*, Edition one. 2022.

- Schott, C., Reisinger, A., Milfont, T. (2010): Tourism and Climate Change – Interrelationships and Implications. In: Schott, C. (ed.) *Tourism and the Implications of Climate Change: Issues and Actions*, Emerald, Bingley, 1-24.
- Sesana, E., Gagnon, A., Bertolin, C., Hughes, J. (2018). Adapting Cultural Heritage to Climate Change Risks: Perspectives of Cultural Heritage Experts in Europe. *Geosciences*, 8: 2-23.
- Shackley, M. (2003): *Visitor Management: Case Studies from World Heritage Sites*, Butterworth Heinemann, Oxford.
- Shackley, M. (2010): *Wildlife Tourism*. International Thomson Business Press, London.
- Sloan, P., Legrand, W., Chen, J. (2009): *Sustainability in the Hospitality Industry Principles of Sustainable Operations*. Elsevier, Oxford.
- Službeni glasnik Republike Srbije, br. 36/2009, Zakon o zaštiti prirode.
- Službeni glasnik Republike Srbije, br. 129/2021, Zakon o kulturnom nasleđu.
- Smith, M. (2003): *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge, London.
- Smith, T., Smith, R. (2015): *Elements of Ecology*. Pearson, Harlow.
- Solman, J., (1999): *Zakynthos, The flower of the Levant*, Edition Toubis, Athens.
- Stankey, G.H. (1985): *The limits of Acceptable Change System for Wilderness Planning*, USDA, Forest Service Research Paper, INT-176, Ogden, UT: Intermountain Forest and Range Experiment Station.
- Stevanović, B. (2003): *Životna sredina i održivi razvoj*, Enciklopedija, Izdavačko preduzeće Ecolibri, Zavod za udžbenike i nastavna sredstva, Beograd, Srpsko Sarajevo.
- Stojanović, V., Pavić, D., Pantelić, M. (2014): *Geografija životne sredine*. Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad.
- Stojanović, V. (2016): *Integracija zaštite prirode i turizma: Nove šanse i izazovi za zaštićena područja*. Pokrajinski zavod za zaštitu prirode, Novi Sad.
- Stojanović, V. (2018): *Turizam u Rezervatu biosfere „Bačko Podunavlje“*. U D. Zagorac (urednik) *Rezervat biosfere Bačko Podunavlje – priroda sa ljudima*. Novi Sad. 88-98.
- Stojanović, V., Lazić, L., Dunjić, J. (2018): *Nature protection and sustainable tourism interaction in selected Ramsar Sites in Vojvodina (Northern Serbia)*. *Geographica Pannonica*, 22 (3), 201-207.
- Stojanović, V., Janjušević, B. (2018): *Industrijsko nasleđe u Vojvodini: zaštita, tipologija i moguća revitalizacija danas*. *Sociologija i prostor*. 56, 210 (1): 71-90.
- Stojanović, V., Mijatov, M., (2019): *Plan upravljanja posetiocima u Specijalnom rezervatu prirode „Gornje Podunavlje“*, Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad, JP „Vojvodinašume“, Petrovaradin.
- Stojanović, V., Janjušević, B., Lazić, B. (2020): *Uticaj klimatskih promena na kulturno nasleđe*. *Sociologija i prostor*. 58, 217 (2): 173-187
- Stojanović, V. (2022): *Ekonomska geografija*. Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo, Prirodno-matematički fakultet, Novi Sad.
- Stojanović, V., Pantelić, M., Savić, S. (2022): *Environmental Issues in Serbia: Pollution and Nature Conservation*. In E. Manić, Nikitović, V., Djurović, P. (eds) *Geography of Serbia*. Springer, Cham, pp. 263-277.
- Strayer, D., Dudgeon, D. (2010): *Freshwater biodiversity conservation: recent progress and future challenges*. *Journal of the North American Benthological Society*, 29(1), 344-358.
- Swarbrooke, J., Horner, S. (1999): *Consumer Behavior in Tourism*. Butterworth Heinemann, Oxford.
- Sýkora, M.; Holický M., Marková, J. (2010): *Advanced assessment of industrial heritage buildings for sustainable development cities development*. Prague: CESB 10 Prague Conference.
- Tangley, L. (1995): *How to go on safari*, *Traveler*, november, december, National geographic, Washington.
- Tilden, F. (1957): *Interpreting Our Heritage*. University of North Carolina Press, Chapel Hill.

- Timothy, D. (2012): Destination Communities and Responsible Tourism. In Leslie, D., (ed.) *Responsible Tourism: Concepts, Theory and Practice*. Wallingford: CABI Publishing. 72-81.
- Tourism and Biodiversity – Achieving Common Goals Towards Sustainability, World Tourism Organization, Madrid, 2010.
- Tourtellot, J. (1996): Costa Rica, bio-extravaganza, *Traveler*, may-june, National geographic, Washington.
- Tourtellot, J. (1997): The Tides of Autumn, *Traveler*, september, october, National geographic, Washington.
- Townsend, C. (2008): *Ecological Applications: toward a sustainable world*. Blackwell Publishing, Malden.
- Trewby, M. (2002): *Antarctica – An Encyclopedia from Abbott Ice Shelf to Zooplankton*, A Firefly Book, Auckland.
- Tucakov, M. (2018): Rezervati biosfere kao laboratorije održivog razvoja. U D. Zagorac (urednik) *Rezervat biosfere Bačko Podunavlje – priroda sa ljudima*. Novi Sad. 16-17.
- Turner, L., Ash, J. (1975): *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. Constable, London.
- UNEP (1995): *Environmental Codes of Conduct for Tourism: Technical Report, No. 29*, Paris.
- UNEP & WTO (2005): *Making Tourism More Sustainable – A Guide for Policy Markers*. United Nations Environment Programme, Paris, World Tourism Organization, Madrid.
- UNESCO (1946): *Constitution*, Paris.
- UNESCO (1972): *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*. Paris.
- UNESCO (1973): *Programme on Man and Biosphere. Expert panel on Project 8: Conservation of natural areas and of the genetic material they contain, Final Report*. Paris.
- UNESCO (2002): *Ecotourism and Sustainable Development in Biosphere Reserves: Experiences and Prospects*. Quebec City.
- UNESCO (2007): *Case Studies on World Heritage and Climate Change*. UNESCO World Heritage Centre, Paris.
- UNESCO (2008): *World Heritage Information Kit*. Paris.
- UNESCO (2011): *UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme*. Paris.
- UNESCO (2012): *Managing Natural World Heritage*. Paris.
- UNESCO (2013): *Tourism at World Heritage Sites Challenges and Opportunities*. Izmir.
- UNESCO (2016): *Lima Action Plan for UNESCO's Man and the Biosphere (MAB) Programme and its World Network of Biosphere Reserves (2016-2025)*.
- UNESCO (2016a): *UNESCO Global Geoparks – Celebrating Earth Heritage, Sustaining local Communities*. Paris.
- UNESCO (2021): *Technical Guidelines for Biosphere Reserves*. Paris.
- UNESCO & UNEP (2002): *Managing Tourism at World Heritage Sites: a Practical Manual for World Heritage Site Managers*. Paris.
- UNWTO (1992): *Tourism Carrying Capacity: Report on the Senior-Level Expert Group Meeting held in Paris, June 1990*, Madrid.
- UNWTO (2009): *From Davos to Copenhagen and Beyond: Advancing Tourism's Response to Climate Change*.
- UNWTO (2021): *UNWTO Mayors Forum for Sustainable Urban Tourism 'Tourism and the Future of Cities'*. Porto.
- Vidaković, P. (1997): *Nacionalni parkovi u svijetu: priroda, kultura, turizam, Fond za stipendiranje mladih za zaštitu prirode i turizam*, Zagreb.
- Viken, A., Vostryakov, L., Davydov, A. (1995): *Tourism in Northwest Russia*. In Hall, C., M., and Johnson, M., eds, pp. 101-114, *Polar Tourism: Tourism in the Arctic and Antarctic Regions*. Wiley, Toronto.

- Vujović, S. (2016): Kako očuvati i koristiti kulturno nasleđe – doprinos Vekova Bača. Pokrajinski zavod za zaštitu spomenika kulture Petrovaradin, Petrovaradin.
- Do, Y., Kim, S., Kim, J., Joo, G. (2015): Wetland-based tourism in South Korea: who, when, and why. *Wetlands Ecology and Management*. DOI 10.1007/s11273-015-9418-2
- Wall, G., Mathieson, A. (2006): *Tourism, Change, Impact and Opportunities*. Pearson, Harlow.
- Wang, H., Tong, M. (2012): Community Participation in Environmental Management of Ecotourism. Seba, J. (ed.) *Ecotourism and Sustainable Tourism – New Perspectives and Studies*, Apple Academic Press, Oakville, pp. 38-44.
- WCED (World Commission on Environment and Development), *Our Common Future*, Oxford: Oxford University Press, 1987.
- Weaver, D. (2006): *Sustainable Tourism*. Routledge, Abingdon.
- Weaver, D., Lawton, L. (2014): *Tourism Management*. Wiley, Milton.
- Wearing, S. (2001): Exploring Socio-cultural Impacts on Local Communities. In: Weaver, D. (ed.) *The Encyclopedia of Ecotourism*, CABI Publishing, Wallingford, pp. 395-410.
- Wearing, S., and Neil, J. (2009): *Ecotourism: Impacts, Potentials and Possibilities?* Elsevier, Oxford.
- Wearing, S., Schweinsberg, S. (2019): *Ecotourism, Transitioning to the 22nd Century*. Routledge, Abingdon.
- Weiler, B., Black, R. (2015): *Tour Guiding Research: Insights, Issues and Implications*. Channel View Publications, Bristol.
- Wernert S. (1997): *Our National Parks (new revised edition), America's Spectacular Wilderness Heritage*, The Rider's Digest Association, New York, Montreal.
- Wight, P. (2001): Ecotourists: Not a Homogeneous Market Segment. In: Weaver, D. (ed.) *The Encyclopedia of Ecotourism*, CABI Publishing, Wallingford, pp. 37-62.
- Wight, P. (2007): Ecotourism, CSR, and the fourth dimension of sustainability. In: Higham, J. (ed.) *Critical Issues in Ecotourism: Understanding a complex tourism phenomenon*, Elsevier, Oxford, pp. 214-239.
- Williams, S., Lew, A. (2015): *Tourism Geography – Critical understandings of place, space and experience*. Routledge, Abingdon.
- Williams, M., McHenry, M., Boothroyd, A. (2020): Geoconservation and Geotourism: Challenges and Unifying Themes. *Geoheritage*. doi.org/10.1007/s12371-020-00492-1
- Wood, M. (2002): *Ekoturizam: Principi, postupci i politike za održivost*, United Nations, Environment Programme, The International Ecotourism Society, Centar za odgovorni i održivi razvoj turizma, Beograd.
- WTO (1996): *What Tourism Managers Need to Know: A Practical Guide to the Development and Use of Indicators of Sustainable Tourism*.
- WTO (2004): *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook*. Madrid.
- WWF (2017): *Protest in UNESCO Plitvice Lakes in Croatia against mass tourism and construction*. Preuzeto sa: [wwf.panda.org](http://wwf.panda.org).



<https://seaworld.com>  
[www.rufflets.co.uk](http://www.rufflets.co.uk)  
[www.unwto.org](http://www.unwto.org)  
<https://tiac-aitc.ca/>  
[www.greenkey.global](http://www.greenkey.global)