

---

SIMO ELAKOVIĆ

---

# TURIZAM U FUNKCIJI MOĆI ILI EMANCIPACIJE

---

Kao i svaka druga društvena pojava tako se i turizam na primjeren način može istraživati i proučavati jedino sa stajališta cjeline društvene proizvodnje čovjekovog života.

Pored ovog fundamentalnog načela ne treba gubiti iz vida da su već i klasici u ekonomskom pristupu proučavanju turizma, Hunciker (Hunziker) i (Krapf) u svom *opus magnum* *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre* upozoravali na potrebu interdisciplinarnog istraživanja turizma, naglašavajući da je čovjek „... subjekt turizma, njegov početak i kraj.“<sup>1)</sup>

J. Lajger (J. Leugger), štaviše, instruktivno upozorava da su ovi autori, već tada, 1942. godine isticali da bi turizam mogao biti isto tako predmetom „primjenjenih sociologija“, kao i „primjenjenih ekonomskih nauka“. Oni su se očigledno odlučili za ekonomsko proučavanje turističkih pojava iz „taktičkih“ razloga: da bi istakli ekonomsku dimenziju turizma i pridonijeli razbijanju podozrivosti u poslovnim krugovima prema toj novoj „grani“.<sup>2)</sup>

Prenaglašavanje bilo koje pojedinačne dimenzije u izučavanju turizma, pa tako i ekonomске, do vodi do jednostranog viđenja same stvari.

Razvijajući i varirajući Marksove stavove o odnosu rada i slobodnog vremena (die Arbeit — die freie Zeit, disposable time — *Kapital, Grundrisse*), te o odnosu između sposobnosti za proizvodnju

<sup>1)</sup> W. Hunziker — K. Kraps, *Grundriss der Allgemeinen Fremdenverkehrslehre*, Zürich, 1942, str. 31, v. također str. 15—22.

<sup>2)</sup> Up. J. V. Leugger, *Verkehrs und Fremdenverkehrssoziologie*, u: *Sociologische Arbeiten*, hrs. v. Peter Atteslander u. Roger Girod, Bern u. Stuttgart.

(Fähigkeit zur Produktion) i sposobnosti za uživanje (Fähigkeit des Genusses) *respective* odnosa *socijalizma* i emancipacije ljudskih čula (*Ekonomsko-filozofski rukopisi*), pokazali smo već i u ranijim radovima kako turizam, kao uostalom i druge slobodnovremenske aktivnosti, može imati protivurječan karakter, tj. biti u funkciji čovjekove emancipacije, ali isto tako i umnožavati otuđujuće forme življenja u suvremenom svijetu.<sup>3)</sup>

Protivurječni karakter suvremenog turizma osobito se uočio u toku proučavanja promjena koje je razvoj turizma prouzrokovao u tzv. receptivnim zemljama, zemljama domaćinima (*host countries, host communities*). To je baš i bila dominantna tema proučavanja turizma u protekloj deceniji, mada se navedeno obilježje turizma moglo zapaziti i u radovima koji su tretirali problematiku turizma u tzv. emitivnim zemljama (*guest countries*).<sup>4)</sup>

Ne zanemarujući i ne ispuštajući izvida neosporne prednosti koje razvoj turizma sobom nosi — turizam kao faktor ekonomskog razvoja, porast zaposlenosti, podizanje standarda, sklonost ka inovacijama, povećanje discipline u radu, itd. — u brojnim studijama navodi se i niz negativnih procesa i tendencija koje on povlači, počevši od negativnih ekoloških efekata, preko socijalne diferencijacije, do kulturne i moralne erozije i sl.

Međutim, još tridesetih godina ovoga vijeka — kad je dakle, proučavanje turizma bilo u samom začetku — Franc Openhajmer (Franz Oppenheimer) je uočio da turizam može doprinositi procesu prožimanja kultura i međusobnom razumijevanju ljudi, ali isto tako i učvršćenju postojećih odnosa u rasporedu društvene moći. Danas neke od najnovijih studija suvremenog turizma ne samo da mu daju za pravo, nego i ukazuju na jačanje tendencija da turizam podržava zatečene odnose moći, štaviše da se sam etabliра kao moć.

Ističući veliki doprinos razvitka turizma općem „napretku u kulturi” — njegovo svojevrsno katalizatorsko djelovanje u procesu akulturacije, tj. međusobnom oplodnjivanju različitih kultura, što, po njegovom shvaćanju ulazi u rezultantu suvremenih kulturnih promjena (Kulturwandel) —

<sup>3)</sup> V. naš rad *Slobodno vrijeme kao mjeru bogatstva, Theoria*, 3—4, Beograd, 1976; ili *Homo turisticus — između otuđenja i slobode*, Zbornik radova fakulteta za turizam i vanjsku trgovinu, Dubrovnik, 1977.

<sup>4)</sup> Tako je npr. Knebel još 1960. godine razvio tezu o trendu depersonalizacije u suvremenim turističkim tokovima, trendu koji potiskuje autentični motiv turiste da spozna „zemlju i ljudi” i ostvari „međuljudski susret” (von Wiese). (V. H. J. Knebel, *Sogologische Strukturandlungen im modernen Tourismus*, Stuttgart, 1960).

Franc Openhajmer još 1932. godine u svojoj neopravданo zaboravljenoj raspravi *Zur Soziologie des Fremdenverkehrs*, koja se pojavila u trećem godištu izlaženja Gliksmanovog (Glücksmann) Arhiva za turizam (*Archiv für den Fremdenverkehr*), pronicljivo uočava svojevrsnu latentnu negativnu osobinu koja prati pojavu razvoja turizma: da bude u funkciji podržavanja i učvršćivanja zatečenih društvenih relacija i rasporeda društvene moći.

U skiciranju preteča modernih turista Openhajmer naznačava ovu svojevrsnu nit kao karakteristično obilježe boravka onih pridošlica koje smatra pretečom modernih turista: trgovaca, misionara, plaćenika itd.

Za boravak trgovaca, prvih „gostiju“ koje Openhajmer smatra pretečom modernih turista, bili su osobito zainteresirani lokalni vladari, i to kako ubiranje visokih poreza, tako i zbog prestiža koji su im priskrbljivali skupocjeni i ekskluzivni artikli koje su ti trgovci dopremali.

Pošto je prikazao ulogu trgovaca kao preteča modernih turista, njemački autor pretpostavlja da su se po dvorovima „vrzmali“ i drugi stranci čiju ulogu — po njegovom mišljenju — nije moguće baš tačno ocijeniti.

Openhajmer osobito naglašava ulogu pridošlih svećenika — misionara — u veličanju ličnosti vladara. Štaviše, on smatra da je upravo svećenstvo omogućavalo vladaru da likvidira staru rođovsku aristokratiju, te da iz statusa *primus inter pares* vladalač pređe u status moćnika i suverena. Dakako, zauzvrat je svećenstvo uživalo povlašten položaj i bilo štedro nagrađivano različitim privilegijama. Ova je hipoteza svakako „prejaka“, ali da su pridošlice o kojima Openhajmer govori mogle „modificirati“ zbivanja u navedenom smislu u to ne ma sumnje; naime, sporan je rang ove okolnosti, ali ne i to da je ona bila u igri.

No, pratimo dalje Openhajmerovo izvođenje.

Dobro znajući da je najpouzdanija vlast koja se zadobije osvajanjem duše podanika, kneževi su — podvlači Openhajmer — širom otvarali vrata upravo „turizmu misionara“ — specijalista baš za taj posao. Istu svrhu učvršćenja vlasti imali su — dodaje Openhajmer — ne samo stalno prisutni misionari već i razni izaslanici, nunciji, sudionici vjerskih svečanosti i koncila, pa i studiovi brojnih hodočašća.<sup>5)</sup>

Međutim, iako su misionari svoju ulogu igrali na obostranu korist i zadovoljstvo, tj. učvršćavali

<sup>5)</sup> F. Oppenheimer, *Zur Soziologie des Fremdenverkehrs*, *Archiv für den Fremdenverkehr*, Nr. 2. 3. Jahrg., str. 34—5.

vlast kneževa, ali i svoju vlastitu moć, moćnici se nipošto nisu mogli lišiti usluga plačeničke garde, čiji su se članovi, smatra Openhajmer, regrutirali iz grupe naoružanih gostiju, oružane pratnje trgovaca, mornara etc., u biti iz redova lumpenproletera.<sup>6)</sup>

U osvrtu na ovaj zaboravljeni članak navedimo još da Openhajmer upozorava na dva važna momenta u vezi s ponašanjem plačenika. On, prvo, ukazuje da su plačenici posređovali u prenošenju iskustava, znanja i vještina, i drugo, ističe okolnosti da su upravo plačenici po pravilu — proniknuvši najprije u način života i slabosti zemlje svojih gospodara, te ovladavši taktikom i strategijom ratne vještine na kraju podvrgavali svojoj vlasti te iste zemlje koje su im pružale gostoprимstvo.<sup>7)</sup>

Tako je Openhajmer početkom tridesetih godina, tj. u vrijeme kada je moderni turizam bio još u povoju, naglašavao da turizam može, uz pozitivne, da prouzrokuje i opisani negativni efekat podupiranja i konzerviranja postojećeg odnosa društvene moći. Njegov članak spada u prve sociološke osvrte o toj strani turizma kao formi moderne svakodnevice.

Šta se u međuvremenu zbilo?

Isto tako kao što su neosporni doprinosi turističkog razvoja procesu međusobnog upoznavanja i zблиžavanja ljudi i zemalja, te faktu akulturacije, što je, kako smo već vidjeli, Openhajmer u svom članku isticao, izgleda da mu je razvoj turističke industrije, koji je kasnije uslijedio, dao za pravo i kad je u pitanju uočavanje i one negativne tendencije koju smo opisali, tj. mogućeg utjecaja turizma u procesu etabliranja moći u suvremenom društvu.

Kao što je već rečeno, sedamdesete godine su načito obilježene istraživanjima socijalnih promjena koje je razvoj turizma potencirao u zemljama domaćinima, *host countries*.

Nema, dakako, potrebe da sad ulazimo u cijelovitu analizu i promjenu rezultata ovih istraživanja, već ćemo samo naznačiti najvažnije promjene i samo se osvrnuti na neke rade i studije koje

<sup>6)</sup> Doista, ne uvikuje li i Klaudije u *Hamletu* u najkritičnijem trenutku raspleta: „Gdje Švicari su moji?”, dok recimo papinu tjelesnu gardu i danas čine „Švicari”, pa makar i simbolično, da ne navodimo dražčnije forme današnjih plačenika.

<sup>7)</sup> Navodeći brojne primjere za potvrdu ovog stava Openheimer, između ostalog, navodi da su jezgro uspješne koalicije, koja je 1200-te godine prije Krista dovela do ivice siloma Egipatsko carstvo i zbrisala moćno carstvo Hettita, sačinjavali upravo narodi iz čijih su redova egipatski faraoni dugi niz godina regrutirali plačeničke trupe: Libijci, Jonjani, Etrurščani itd. (Ibid, str. 35).

nadasve razmatraju problematiku vezanu za stvar koju razmatramo: etabiranje turizma kao moći.

Negativni utjecaj koji se naročito manifestira, recimo, u promjeni stila života: u obliku potrošnje, načinu korištenja slobodnog vremena, i obrazcima socijabilnosti, vidljivi su osobito u komercijalizaciji tradicionalnih oblika života od poljoprivrede do folklora, smatra čitav niz autora (Greenwood, Smith, Zahn, Jordan i dr.). *Demonstration effect* i imitacija vode stvaranju svojevrsne *holiday culture*, koja nивelira, rastače domaću autohtonu kulturu, izjednačavajući je s kulturom *guest countries*, i to u njezinom najgorjem izdanju masovne, industrijske kulture.

Stok (Stock) s pravom podvlači da je turizam prije svega specifičan društveni odnos, a ne „proizvod nacionalne kulture i nacionalnog suvereniteta. Sunce, pijesak i more postoje u mnogim regionima. Međutim, osobenost svake nacije i njezinog turističkog produkta je njezina kultura, povijest, njezine institucije i njezini pogledi“.<sup>8)</sup>

Međutim, ne samo da turizam može ugroziti autohtonost domaće kulture — kao što je to, primjerice, vidljivo iz akcije koju je pokrenula najbrojnija etnička grupa na Havajima, Vaikiki, dijeleći turistima letke s tekstom: „Molimo vas ne dolazite dok spasimo što se spasiti može“ (Kent) — nego se u ekstremnim slučajevima javlja i opasnost od secesionističkih tendencija.

Luis Turner (L. Turner) tako ukazuje na fenomen tzv. permanentnih turista zbog kojih je svojevremeno britanska vlada moralu intervenirati u Turskoj i Kipru.<sup>9)</sup>

Isti autor dalje navodi primjer otočja Abakos koje se pokušalo očijepiti od Bahama koristeći pridoše turiste.

O turizmu kao novoj vrsti kolonijalizma pišu brojni autori. (Edelmann, Opitz, Jung, Prah — Steinecke etc.)

Tako recimo Edelman (Edelmann) ukazuje na čitav niz konfliktnih situacija koje nastaju između razvijenih industrijskih zemalja i zemalja u razvoju koje favoriziraju razvoj turizma, osobito kao monokulturne grane.<sup>10)</sup>

<sup>8)</sup> R. Stock, *Political and Social Contributions of International Tourism to the Development of Israel*, *Annals of Tourism, Research, Special Number, Oct/Dec., 1977*, str. 60.

<sup>9)</sup> L. Turner, *The International Division of Leisure — Tourism and the Third World*, *Annals of Tourism Research, Sept./oct., 1976*, str. 23.

<sup>10)</sup> V. Klaus Edelmann, u *Möglichkeiten und Grenzen des Fremdenverkehrs in Entwicklungsländern*, *Revue de tourisme*, 1/1975, str. 5—14.

Stari odnosi industrijskih zemalja prema zemljama u razvoju sporo se mijenjaju. Prve zadržavaju odnos dominacije. To doduše nije više klasični model kolonijalnog sistema, već se javlja u vidu ekonomске i političke penetracije. Razvoj turizma otvara mogućnost suptilnije „neokolonizacije“ putem asimilacije stila života i senzibiliteta karakterističnog za *guest countries*, što direktno dovodi do višestruke ovisnosti stanovništva *host countries*, koja se između ostalog manifestira i u imitaciji statusnih i kulturnih simbola tipičnih za *guest countries*.

Za našu temu posebno je interesantno Edelmannovo gledište da razvoj turizma u zemljama u razvoju može dovesti do konstituiranja specifične oligo-političke opcije, gdje se vladajuća elita koja osigurava interes stranog ulaganja u turističku industriju etabliira kao nosilac društvene moći.<sup>11)</sup> Mogućnost takvog političkog rješenja u zemlji koja favorizira turizam indicira da suvremenii masovni turizam može biti u funkciji održavanja postojeće strukture društvene moći, kako u *host countries* tako i na globalnom planu. Metjus (H. G. Mathews) naglašava da je vladajuća elita „najzainteresiranija za masovni turizam, budući da je najviše zanima devizni dohodak, pa stoga ne zastupa mišljenje stanovništva niti nacionalni interes“.<sup>12)</sup>

Po Pralu (Prahil) i Stajnekeu (Steinecke) slučaj Španjolske pokazuje da razvoj turizma povećava društvenu nejednakost. Profit ubire tanak sloj Španjolaca i strani kapital. Iako dolazi do privrednog rasta pod utjecajem razvoja turizma, on nije u funkciji cjelokupnog društvenog razvoja.<sup>13)</sup>

Ne pojavljuje li se tako upravo turista kao nova vrsta Openhajmerovih „gostiju“ koji u krajnjoj instanci podupiru održavanje ekonomske i, shodno tome, i drugih oblika društvene moći lokalnih elita, tj. doprinose održanju postojećeg društvenog *status quo*.<sup>14)</sup>

Njemački autori podvlače da su turisti stimulirani da putuju i u samim *guest countries*, tj. u zemljama u kojima žive, i to ne samo zato što „industrija putovanja“ na taj način ostvaruje prihode, već i stoga što na globalnom društvenom planu godišnji odmor predstavlja ventil preko koga se prazne frustracije uvjetovane klasnom

<sup>11)</sup> *Ibid.*, str. 10.

<sup>12)</sup> G. G. Mathews: *Radicals and Third World Tourism: A Caribbean Case*, *Annals of Tourism Research*, Spec. Num. Oct./Dec., str. 25.

<sup>13)</sup> H. W. Prahil, A. Steinecke, *Der Millionen — Urlaub, Von Bildungsreise zur totalen Freizeit*, Darmstadt und Neuwied, Luchterhand, 1979, str. 85—86.

<sup>14)</sup> Nije li upravo Španjolka baš za vladavine generalissimusa Franka ostvarila enormni rast turizma. Otvorene granice za turiste same po sebi ne znače, dakle, nipošto i demokratsku opciju u zemlji domaćinu.

podjelom društva. Stoga moderni masovni turizam, po njihovom mišljenju, služi stabiliziranju postojeće društvene moći i u *guest countries*.<sup>15)</sup> Očito je da se briga o odmoru, njegovo stimuliranje, te razvoj industrije turizma javlja i u funkciji održavanja *status quo*.<sup>16)</sup>

Dalje, narasla suprotnost između Sjevera i Juga ogleda se i na fonu turističkog razvoja. Polazeci od stava da se duhovna i materijalna kultura nekog društva mogu kupiti „čim neku zemlju zahvati turizam”, njemački autori naglašavaju da „sluganski mentalitet”, koji je u zemljama Trećeg svijeta razvijen u eri kolonizacije, razvoren turizma biva obnovljen u neokolonijalnoj formi: „Nekadašnji kolonijalni odnosi ponovo oživljavaju u osnovnoj strukturi, i to na iritirajući način. Osnovno je pravilo da se treba dodvoriti i biti na usluzi superiornoj bijeloj gospodi, koji istina više ne dolaze u zemlju kao vojni gospodari, nego kao ekonomski moćni demonstratori kupovne moći. Blještava turistička atmosfera onemogućuje solidarno djelovanje protiv bijelih „gostiju” i obojenih gospodara.”<sup>17)</sup>

Tarner smatra da je penetracija razvijenijih država u zemlje u razvoju uslijedila prije svega „pod utjecajem kaosa kod kuće” i da siromaštvo Trećeg svijeta privlači međunarodno hotelijerstvo jer je ono utočište za rastuću nezaposlenost i nisku profitnu stopu.”<sup>18)</sup>

S druge strane, neosporno je da svjetski turistički business pokazuje interes za istraživanje u *host countries* upravo iz profitabilnih razloga. To se uostalom u studijama i člancima o promjenama u *host communities* da jasno razabratи, pa čak i izravno pročitati.

Tako J. Jafari nastoji aplicirati već klasična djebla o teoriji razvoja i ponašanju „agenata za razvoj” u zemljama u razvoju (Goodenough, 1963, Foster 1973) — na turistički razvoj u tim zemljama.

Doduše, i sam Jafari izražava nedoumicu oko karaktera i vrijednosti dugoročnih utjecaja turizma. Oni su, naime, po njemu pod znakom pitanja, pa je cilj agenta da osigura prilagođenost *host community* potrošnji turiste i sigurnost turi-

<sup>15)</sup> Ibid., str. 240—41.

<sup>16)</sup> Da briga o „odmoru” može imati različite predzname, svjedoči i činjenica da je fašizam u Italiji da bi ojačao diktaturu fašističke države penetrirao i u segment slobodnog vremena, te manipulirajući njime uspio da stvori tzv. „organizaciju za rekreatiju poslije radnog vremena” (Il dopolavoro) kao jednu od masovnih fašističkih organizacija (2.000.000). Ova je organizacija, kako je isticao Toljati, „prevazlazila djelovanje fašističke partije i samih fašističkih sindikata”. (v. P. Toljati, *Predavanje o fašizmu*, Beograd 1981, str. 99).

<sup>17)</sup> Op. cit., str. 98—99.

<sup>18)</sup> Op. cit., str. 13.

stičkog odredišta, s tim što ovi osnovni uvjeti za boravak turista treba da budu korigirani potrebom uzimanja u obzir tzv. rezidualnog faktora, tj. situacije u *host countries*. Međutim, motivacija ostaje u biti ista: dobit *pro domo sua*. Dakle, riječ je o suzbijanju mogućih konflikata, preventivne mjere za „gašenje požara”, kako bi dobit i sigurnost turističkog odredišta bila osigurana. Radi se samo o novom *inputu*, za stari *output* — u igri je novo sredstvo za stari cilj: u suštini radi se o korigiranoj *cost-benefit* analizi.

Agent kao moderni predstavnik „turizma misionara” o kojem je govorio Openhajmer tridesetih godina dolazi spolja — on treba pomoći ljudima da se „sami reformiraju”.<sup>19)</sup>

Jasno je dakle da model razvoja, pa i turističkog, jeste prije i iznad svega u funkciji koncepta razvoja razvijenih zemalja. Turizam se javlja samo kao jedna od transmisija u provedbi koncepta razvoja u prvom redu tih, razvijenih zemalja.

Tendencija sve izrazitijeg etabriranja turizma kao moći može se kritički sagledati, a potom i nad-vladati u emancipatorskoj perspektivi jedino ako se nadvlada svaki jednostrani pristup u proučavanju i razrešavanju otvorenih teškoća i problema suvremenog turizma, a osobito ako se nad-vlada trenutno dominantni ekonomistički pristup.

Do potonjeg saznanja se dolazi i u ekonomiji građanskog duha i teoriji o turizmu, ali dakako — to smo već istakli — kao što to uvijek biva zbog umanjene profitabilnosti. Otuda su „kritike” turizma građanske provenijencije i dalje u funkciji turizma kao djelatnosti koja u krajnjoj in-stanci čuva postojeći *status quo*.

Međutim, i takve kritičke pristupe turizmu koji se sada javljaju *sub specie* teorija razvoja, ne bi bilo nimalo cijelishodno ni mudro jednostavno baciti preko palube nalijepivši im etiketu da služe jedino penetraciji kapitala, tj. penetraciji transnacionalnih kompanija *via* turističkog razvoja u *host countries*, već ih treba uzeti *cum grano salis*: u prvom redu ne smiju se zanemariti razvijeni metodski postupci koji se u takvim analizama primjenjuju — recimo *cost-benefit* analiza koja je u mnogo čemu superiornija nad istraživanjima naših ekonomista.<sup>20)</sup>

Marksistički pristup i ovom segmentu društvenog života zahtijeva temeljito proučavanje svih aspe-

<sup>19)</sup> Zbornik radova, Editions AEST Bern, 1980, J. Jafari, *Expatriates and Tourism Development — Application of some Anthropological Perspectives*, u: *Limits du développement*, str. 99.

<sup>20)</sup> Tako je, recimo, u zborniku Emanuela de Kadta *Tourism — Passport to Development* ključna *cost-benefit* analiza u proučavanju razvoja turizma u nerazvijenim područjima transformirana u „socijalno-kulturnu” *cost-benefit* analizu. — (V. E. de Kadrt, *Tourism Passport to Development*, Oxford, 1979, str. 14—16).

kata postojećih ekonomskih analiza, njihovu stvaralačku i kritičku elaboraciju.

*Cost-benefit* analiza ni do danas nije dovoljno proučena u Jugoslaviji, mada je ona odgovor na probleme što ih postavlja proces podruštvljenja u kapitalizmu pred donosioce odluka o investicijama koje premašuju mogućnosti jednoznačnog upoređenja: ulog-profit.

Međutim, premda je *cost-benefit* analiza svjesno priznanje društvene prirode proizvodnih snaga u kapitalizmu, Marksovo stanovište o društvu u kome će „društvena korisnost stvari” biti mjerodavna za odluke o ulaganjima, pruža šire mogućnosti razrade kriterija odlučivanja, koji proizlaze iz društvenog vlasništva, nego *cost-benefit* analiza — mada ova posljednja nužno čini sastavni dio prve.

Ukazujući na uočenu analogiju „turizma misionara” (Openhajmer) i „agenata za razvoj” (Jafari), htjeli smo prije svega potcrtaći dva važna momenta kad je u pitanju moderni masovni turizam. Prvo, on sam po sebi nije ni dobar ni zao,<sup>21)</sup> već se radi o tome na koji se način on „rutinizira” i „standardizira”, i drugo, bitno je uočiti da samo konkretna — „sad i ovdje” — analiza koja polazi sa stajališta cjeline proizvođenja čovjekovog društvenog života pruža primjeran metodološki pristup da se suvremenim turizmom „demontira” kao modifikator otudajuće moći i usmjeri u emancipatorskom pravcu, da vodi suretu „čovjeka sa čovjekom” (Marks).

Osim toga, za nas je važno u kojoj mjeri je naš prelaz iz težačke u modernu turističku ekonomiju, ergo industrijsku civilizaciju determiniran i obojen specifičnošću našeg mentaliteta — i u pozitivnom i u negativnom smislu.<sup>22)</sup>

S druge strane, za nas je isto tako važno nadići vulgarni, uski ekonomistički, profitterski pristup koji budući da je kratkovid ukida sam sebe. Ukoliko se ne zadovolje istinske potrebe čovjeka u *host community* i emancipiranog turiste, mimoilazit će nas nove generacije kultiviranih turista: ako se zakaže na kvalitativnoj, sve rafiniranoj potrebi takvog turiste, neosporno je da se „pada” i na ekonomiji.

<sup>21)</sup> Ističući čovjeka kao pretpostavku svih kičerskih okolnosti — dakle polazeći od jednog u osnovi antropološkog gledišta, Gic — s pravom — upozorava da turizam „primarno vrijednosno indiferentan, može imati kič i anti-kič reakcije.” — Ludvig, Gic, Kič-čovjek kao turist, Ideje, 3/1978, Beograd, str. 177—78).

<sup>22)</sup> U kojoj mjeri on reaffirmira odvažnost, ponos, gostoljubivost pravdoljubivost, slobodoljubivost i sl., ili pak, retušira negativne elemente pastirsко-hajdučke kulture, kampanjski karakter rada, sklonost pljački, dokoličarenja, xenofobiju i sl. — Na Fakultetu za turizam i vanjsku trgovinu u Dubrovniku upravo je u završnoj fazi empirijsko istraživanje ekonomskih, socijalnih i drugih promjena koje nastaju pod utjecajem turizma na jadranskom području.