

**FAKULTET ZA MEDITERANSKE POSLOVNE STUDIJE
TIVAT**
Magistarske studije-Smjer Nautički turizam

Željko Maslovar

**SLOBODNO VRIJEME I LJUDSKA POTREBA ZA
IGROM I KOCKANJEM , KAO ČINIOCI TURISTIČKE
TRAŽNJE, ISKUSTVA I MOGUĆNOSTI**

MAGISTARSKI RAD

Tivat, decembar 2014. godine

SADRŽAJ

ABSTRAKT	4
I UVOD.....	5
• I-1 Turizam i društveni razvoj.....	11
II SLOBODNO VRIJEME I LJUDSKE POTREBE KAO OSNOVNE PREPOSTAVKE TURIZMA.....	14
• II-1 Homo turisticus i njegovo slobodno vrijeme.....	14
• II-2 Glavni uzroci protivvriječne prirode turizma.....	26
• II-3 Bio-antropološke promjene i urbanizacija kao pokretač masovnih turističkih migracija.....	28
• II-4 Psihološki i socio-kulturni elementi turizma.....	32
• II-5 Slobodno vrijeme, društvenost i potrošnja.....	35
• II-6 Uticaj turističke kulture na humanizaciju ljudskih odnosa.....	37
• II-7 Psihološka problematika turističke kulture.....	40
• II-8 Slobodno vrijeme i čovjekova potreba za igrom i kockanjem.....	43
III TURIZAM KOCKE, ZABAVE I IGRE KAO SPECIFIČNE TURISTIČKE PONUDE, KOMPARATIVNA ISKUSTVA.....	45
• III-1 Las Vegas, grad kocke i zabave.....	45
• III-2 Diznilend, grad igre i mašte.....	53
• III-3 Analiza kazino turizma u gradu Deadwood, South Dakota.....	56
• III-4 Iskustva jedne od najvećih kockarskih destinacija-Makao.....	60

IV KOCKA KAO USPJEŠAN POSLOVNI KONCEPT VASA ĆUKOVIĆA, RIŠNJANINA, AMERIKANCA I FILANTROPA ...64
V TURIZAM KOCKE, ZABAVE I IGRE U CRNOJ GORI, DOSADAŠNJA ISKUSTVA I POTENCIJAL68
VI ZAKLJUČAK75
BIBLIOGRAFIJA81

ABSTRAKT

Oslobadjanje čovjeka od mukotrpнog rada, te njegove transformacije u turistu, kao i način provođenja i korišćenja njegovog slobodnog vremena, kroz vjekove je bilo predmet proučavanja. Ovom problematikom su se bavile prevashodno sociologija, antropologija, psihologija ali i druge naučne discipline.

U ovom radu će se koristiti teze iz ovih naučnih disciplina kroz istorijat i sociološki aspekt slobodnog vremena, a posebna pažnja će biti usmjerena ka specifičnostima igre i kocke kao posebnim oblicima turističke ponude i tražnje. Ovim radom će se dokazati da ova vrsta turizma umnogome zavisi ne samo od onoga što se nudi već i od toga kome se nudi, kako se nudi i naravno, gdje se nudi. Iako se Master planom za razvoj crnogorskog turizma do 2020. godine, turizam kocke i igre ne razmatra kao strateško opredjeljenje, ovaj rad će otvoriti i to pitanje i razmotriti mogućnosti za razvoj te vrste turizma.

Igra i kocka u ovom radu će biti sagledana samo sa svog pozitivnog, turističkog aspekta, ne ulazeći dublje u njenu negativnu, a pogotovo ne u njenu patološku i društveno neprihvatlјivu stranu.

Boraveći i radeći u sferi turizma u SAD-u, autor ovog rada, obišao je i upoznao pojedine destinacije koje će se posebno obrađivati u ovom radu, sa željom da svoje pozitivno iskustvo pretoči u magistarku tezu.

U V O D

Naučno tehnološka revolucija sa sobom donosi pregršt pozitivnih stvari za čovjeka i čovječanstvo, ali nažalost ne i isključivo pozitivnih.

Ugroženost čovjekovog slobodnog vremena je danas očiglednija nego ikada do sada, a rastom naučno tehnološke revolucije očekuje se da će se taj negativan trend, ugroženost jednog od najvažnijih segmenata ljudskog života, nastaviti.

Svjesni činjenice da je ritam života danas sve brži, a da je slobodnog vremena sve manje i da takva situacija postepeno ali sigurno ugrožava ljudsku vrstu, ovim problemom se bavi svakodnevno sve veći broj nauka i naučnika iz oblasti sociologije, psihologije, filozofije, ekonomije pa čak i pravnih i medicinskih nauka.

“Slobodno vrijeme je najvlastitiji dio čovjekovog “ovdje i sada” bitisanja, dakle njegovog svakodnevnog života”¹ ističe profesor Elaković. Nadalje, profesor Elaković konstatiše da je u utemeljenju kritike slobodnog vremena kao njegovog bitnog sastavnog dijela, kategorija svakodnevlja, ključna stvar.

Pojam slobodnog vremena, različito se definiše, ali najčešće kao razonoda i dokolica. Osim slobodnog vremena i čovjekovih sklonosti, neizbjegni činioci koji utiču na korištenje istog su prostor i njegove karakteristike, kao i ponuda i njene osobnosti i specifičnosti.

Čovjekove sklonosti, kao karakteristika njegovog bića, a posebno sklonost ka igri dobili su svoje filozofsko utemeljenje u kapitalnom djelu njemačkog filozofa Eugena Finka, objavljenog 1960. godine.

Fink daje originalnu filozofsku interpretaciju fenomena igre, kao jednog od "osnovnih fenomena ljudskog postojanja". Polazeći od životne neposrednosti igre, kroz metafizičko tumačenje tog fenomena, uvodi u temeljni problem svoje filozofije: problem svijeta i čovjekovog odnosa prema njemu. Igra je po Finku čovjekova ekstaza (ek-stasis,

¹ S. Elaković: *Sociologija slobodnog vremena i turizma*, Centar za izdavačku djelatnost Ekonomskog fakulteta u Beogradu, Beograd 2006., str 49.

izlaženje) prema svijetu, te odsjaj svijeta u biće otvoreno prema svijetu. Suština njegove filozofije je život, borba, ljubav, rad, i smrt kao sastavni dio igre, tj. života².

Kockajući se, to jest provodeći vrijeme u kazinu, bilo za stolom za rulet, poker ili slot mašinom, čovjek prolazi kroz sve ove osnovne fenomene ljudskog postojanja. Ta osjećanja ga odvlače od svakodnevica, prebacuje u svijet rizika, zadovoljstva, ražočarenja, iskušenja, muke, strasti i ljubavi, a nakon izvjesnog vremena vraća ponovo na isto mjesto, bez obzira na prethodno iskustvo, više ili manje gorko.

Ova dimenzija ljudske psihologije je jedna od suštinskih pretpostavki za razvoj kazino turizma, odnosno turizma kocke i zabave generalno.

Sam fenomen turizma odnosno fenomen putovanja izučavao se i onda kad sociologija turizma nije bila utemeljena kao nauka. Još je Njegoš govorio: „Nije čovjek ko ne putuje“, a Andersen: „Putovati znači živjeti“.

Paskal, međutim, tvrdi da sva bijeda čovjekova potiče od toga što nije u stanju da sam sa sobom ostane među četiri zida, a Majster je govorio kako se čudi što ljudi putuju kad je njemu samom dovoljno i to da šeta po sobi.

Rajner Marija Rilke ide toliko daleko i govori o tome da putovanje utiče na čovjeka u smislu formiranja ljudske ličnosti jer, a to je zapisaо putujući Venecijom, čovjek poput ogledala upija slike sa svojih putovanja kao i utiske. On kao glavnu ulogu putovanja, suštinu turizma, vidi u tome da čovjek svoje biće dovede u stanje slušanja i otvorenosti prema istini i pažljivom posmatranju svega oko sebe. Tvrđio je i da čovjek koji nije pripremljen na putovanje, ne bi trebalo da putuje.

Knebel je još početkom 60-ih godina utvrdio da je došlo do depersonalizacije u turizmu. Izgubljen je taj osjećaj koji su putovanja nekada imala a čitav je svijet promovisan, kako kaže Knebel, u jedan ogromni muzej³.

Potvrdu svega ovoga nalazimo u Njemačkoj gdje je istraživanje pokazalo da savremenog turistu kad mu se spomene riječ turizam asocira prvo na : vrevu, daleke zemlje, agencije, navala mase... dok, čak tri puta manje on se vezuje za riječi kao što su tišina, sticanje prijatelja i znanja, druženje. Sve to, tako tvrde naučnici, ukazuje da njegovo putovanje postaje bezlično.

² E. Fink: *Osnovni fenomeni ljudskog postojanja*, Nolit, Beograd 1984. Str. 335

³ Vid. H.J. Knebel: *Soziologische Strukturwandelungen im modernen Tourismus*, Stuttgart, 1960.

Hauolt u svom članku „Kriza turizma i nade koje impliciraju“ ističe da je turizam već odavno na stranputici, da je iznevjerio svoje kulturne i socijalne ciljeve izvitoperivši se u industriju dokolice. On naglašava potrebu da se turizam vrati čovjeku, da počne da se mjeri ljudskim potrebama i mjerilima a da se osloboди od okova trgovačkoga društva i da se ne smije uspješnost turizma mjeriti satovima letenja i pređenim kilometrima. On se zalaže za više humanizma u turističkim putovanjima⁴.

Lundgren navodi da je industrializacija društva dovela do toga da je rad postao monoton i dosadan, te da je mehanizacija sa jedne strane zaglupila čovjeka, ali istovremeno sa druge strane dovela do povećavanja nervne iscrpljenosti. Ovo se reflektuje u sferi dokolice, samim tim prenosi se na sve društvene kategorije, pa se istovremeno obrelo i u sferi turističkih putovanja. Putovanja postaju sama po sebi sve više šablonizovana stvar i umjesto da predstavljaju najveću radost, dovode samo do prenatrpanosti najpoznatijih turističkih mjesta, što opet utiče na povećanje nervoze. Putovanje nije više samo po sebi svrha, već je svrha pobjeći od svog radnog mjesta. On kritički posmatra turizam, jer o turizmu govori samo kao o mogućnosti za povećavanje profita, a ne kao na stvarno i kvalitetno provedeno vrijeme dokolice.

„Došlo je do gubitka povjerenja od homo turistikusa, odnosno on shvata da je turizam postao industrija, a jedina računica jeste da se njemu uzme novac“⁵.

“Turizam ne predstavlja puko fizičko kretanje ljudi, niti njihovo premještanje u prostoru, kako bi se dalo zaključiti na osnovu podataka u službenim statistikama većine zemalja u svijetu, već je to premještanje sadržano u premještanju kultura, navika i ideologije”⁶.

Analizirajući, ko putuje, “najčešće se navodi da na intenzitet putovanja utiču pripadnost sloju, odnosno klasi, zatim zanimanje, obrazovanje, prihodi, starosna dob, mjesto stanovanja itd.”. Takođe se naglašava da je spremnost za putovanja vezana stepenom obrazovanja. Gotovo sva empirijska istraživanja pokazuju da

⁴ Vid.A. Haulot: *Le crise de tourisme et les espoirs qu'elle implique*, u : Revue de l'academie International du Turisme 109, 1975.

⁵ Vid. *Domestic tourism end the leisure civilisation*, u: World Travel 126, 1975.

⁶ B. Vukonić: *Turizam i razvoj: s posebnim naglaskom na zemlje u razvoju.*, Školska knjiga, Zagreb 1987., str. 25.

najviše putuju vodeći činovnici i namještenici, zatim obični činovnici, pa pripadnici tzv. samostalnih, slobodnih zanimanja. Dakle, sociološki gledajući to bi bili takozvani viši srednji i srednji slojevi društva. Zatim, slijede studenti, učenici, koji naravno putuju pod daleko nepovoljnijim uslovima, dok najmanje putuju poljoprivrednici i jedan dio pripadnika samostalnih zanimanja. To su očigledno oni koji moraju "stalno biti u radnji"⁷.

Nadalje, "po intenzitetu putovanja dominiraju srednji slojevi, i to oni koji ne spadaju u kategoriju vlasnika, tzv. "nesamostalni srednji slojevi", tj. oni koji imaju sigurno činovničko zanimanje, a samim tim i garantovano pravo na godišnji odmor"⁸

Razvoj turizma je postao svjetski proces, ne samo kao fenomen društvenih, socijalnih i ekonomskih kretanja, već i u smislu prostornog obuhvata. Tačnije, njegovi društveni i ekonomski efekti se realizuju upravo na prostorima koji se karakterišu kao turistički resursi. Prema tome, turizam se pojavljuje kao «potrošač» prostora, čime se prostor izlaže opasnostima neplanske i neracionalne eksploracije, što takođe neminovno vodi njegovoj degradaciji, a to je nažalost karakteristika pojedinih gradova na našem primorju. Tako ugrožen prostor postaje neinteresantan, ili definitivno sve manje interesantan, čak i za turizam, na osnovu čega bi se mogao izvesti zaključak, istina na prvi pogled protivrječan, da bi pretjerani turizam mogao ubiti turizam.

Prostor i ljudi u njemu su medijum u kojem se odvija turistički promet, ali istovremeno predstavljaju i limit koji određuje prag samog njegovog razvoja. To se prije svega odnosi na ekološku i kulturnu zaštitu koja bi morala biti utoliko veća, ukoliko su veće kulturne i prirodne vrijednosti koje se nalaze u određenoj turističkoj regiji.

Podrazumijeva se da ne postoji ekologija radi ekologije, niti zaštita kulturnog naslijeđa radi njega samog, već zaštita u cilju eksploracije, to jest baza budućih istraživanja, što iziskuje program koji će objediniti ekonomske, ekološke i kulturne

⁷ S. Elaković: op. cit., str. 87-88.

⁸ Ibidem: str. 88.

zahtjeve, u cilju racionalnog korišćenja istog, a po principima održivog razvoja (*sustainable development*).

Polazište za razvoj turizma bi prije svega trebalo potražiti u sagledavanju ekonomsko-socijalnih efekata kao i drugih vidova ponude, tako i kazino-rezort turizma, i komparacijom istih, u zemljama u kojima ovaj vid turizma već dugo egzistira.

U Sjedinjenim Američkim Državama se proces razvoja turističkih destinacija i kazino turizma razvio čak i u regijama i gradovima koje su najmanje bili razvijeni u kulturološkom, ekološkom, i socialno-ekonomskom smislu, i samim tim skrenuo pažnju na mogućnost razvoja ovog vida turizma, bez standardnih i klasičnih turističkih prepostavki.

Analiza čovjekovog slobodnog vremena, kao i ljudske sklonosti za igrom i kockom kao specifičnim oblikom korištenja tog slobodnog vremena, kao i prostor za razvoj te vrste turizma, neke su od bazičnih prepostavki za razvoj ovog, po mnogo čemu specifičnog oblika turizma.

Izuzetna atraktivnost jedne lokacije, najčešće, je osnovni uslov turističke valorizacije jednog podneblja. Zato će ovim radom, pokazati da to ne mora i nije uvijek tako. Lokacije mogu biti, kako centar grada, urbano jezgro, tako i pustinja, tj. ruralne oblasti, luksuzni kruzeri, rezorti i mega hoteli, ali i mali privatni hoteli, koji bez obzira na veličinu, izgled i mjesto imaju istu karakteristiku zabava, razonoda i bijega od svakodnevice. Naravno, atraktivnost lokacije i u drugom smislu, kulturološko istorijskom, klimatsko geografskom i gastronomsko ekološkom, naravno samo bi lokaciju činile marketinški interesantnijom.

Sagledavajući američka iskustva, može se čak doći i do potpuno suprotnog stanovišta da i manje atraktivne lokacije mogu biti predmet turističke ponude, a samim tim i motor razvoja njih samih, lokalnog stanovništva, pa i kompletne društvene zajednice, uz određene, nažalost ponekad i neizbjegne, negativne efekte.

Zbog toga će ovim radom biti obuhvaćene i analizirane prirodne i društvene, okolnosti za razvoj turizma igre i kocke.

Takođe će biti navedene prednosti i najinteresantniji detalji pojedinih lokacija, koje svojim, ako se može reći unikatnim, tj. jedinstvenim sadržajem i oblikom, nesumnjivo privlače turiste širom svijeta, željne igre, zabave i odmora, kao i neke od njihovih negativnih strana. Kratak osvrt će biti i na potencijalne lokacije u našoj zemlji, koje bi svojom jedinstvenošću i ljepotom bile vrlo intresantne za razvoj ovog vida turizma.

U skladu sa metodologijom naučnog rada, definišući temu i osnovne pravce istraživanja, ovaj rad se zasniva na prikupljanju građe, čiji su izvori primarni i sekundarni.

Među primarnim izvorima značajno mjesto zauzima domaća i inostrana literature i internet, dok su kao sekundarni izvor korištena iskustva SAD-a sublimirana uglavnom u novinskim tekstovima o pojedinim lokacijama rezorta, kazino rezorta, zabavnih parkova, kao i lična iskustva dugogodišnjeg boravka i rada u sektoru turizma u Kaliforniji i Nevadi, a čijom je sistematizacijom i inkorporacijom rad kompletiran.

S tim u vezi, ovaj rad se detaljno, metodom analize i sinteze, bavi generalno kako istorijskim i teoretskim problemima slobodnog vremena i turizma, tako i igrom i zabavom kao posebnim motivima za turistička putovanja. Korišćena je i metoda komparacije ove specifične vrste turističke ponude sa iskustvima u raznim dijelovima i gradovima širom SAD-a i drugih dijelova svijeta.

- **I-3 Turizam i društveni razvoj**

Turizam je društvena pojava koja karakteriše našu epohu. Poslednjih 70 godina njega obilježava masovnost i dinamičan razvoj.

Po pokazateljima UNWTO (Svjetske turističke organizacije iz Madrija) u međunarodna turistička kretanja samo u prvoj polovini 2012. godine uključilo se oko 470 miliona ljudi. Istovremeno, iz istog izvora je procijenjeno, „da se do kraja 2012. godine, širom svijeta očekivao boravak od oko milijardu turista“⁹, što predstavlja rast od 3 do 4% u odnosu na 2011. godinu. Od ukupnog broja, većina turističkih putovanja se obavlja u terminu jun - septembar, a razlog tome je najčešće klimatski uticaj.¹⁰

Polazeći od ovih statističkih podataka, neosporno se nameće činjenica da pod uticajem turističkih kretanja dolazi do velikih promjena u društvenom životu, kako u sferi proizvodnih odnosa, tako i sferi socio-kulturnih i ekonomskih promjena, stila života i ideoloških orijentacija.

Ove promjene pod uticajem turizma, veoma je teško pratiti, jer ne postoje posebno izrađeni instrumenti za njihovo praćenje, osim kada su u pitanju ekonomski pokazatelji, pa to otvara dilemu, da li je turizam faktor, ili rezultat razvoja nekog područja, u čemu se taj razvoj ogleda i kojim parametrima se mjeri.

U dosadašnjem pristupu razmatranja turizma, evidentan je sledeći redoslijed: ekonomski pristup, ekološka problematika i konačno socio-kulturna istraživanja.

Ekonomski pristup obuhvata razmatranje ekonomskih efekata, kao što su devizni priliv, rast stope zaposlenosti i regionalni razvoj.

Ekološka problematika u turizmu bavi se pitanjima na koji način turizam utiče na životnu sredinu, i da li su i koliko negativne posljedice razvoja turizma na okolinu.

Socio-kulturni pristup, fenomena turizma, bavi se pitanjima sezonalnosti, ranjivosti, krizama, socijalnom inferiornošću turističkog poziva, kulturnom nивелацијом, komercijalizacijom, i u skladu s tim, pristupa se novoj integralnoj strategiji razvoja u turističkim područjima.

⁹ Vid. <http://media.unwto.org>, Madrid, 12. Septembar 2012

¹⁰ S. Elaković: op. cit., str. 90.

Turistička područja, a naročito turističke zemlje u razvoju, po tvrdnjama sociologa prolaze kroz tri tipične faze u stavovima prema turizmu: prva je faza euforije, zatim faza nipodaštavanja i krajnja faza realizma ili realnog stava.

Turizam, kao uostalom i druge aktivnosti u slobodnom vremenu, pokazuje i protivrječan karakter. Sa jedne strane u funkciji je čovjekove emancipacije i uzdizanja, a sa druge, itekako može biti generator ljudskog otuđenja.

Protivrječan karakter savremenog turizma, posebno je uočen prilikom proučavanja promjena, koje je razvoj turizma izazvao u tzv. receptivnim zemljama, zemljama domaćinima (host countries, host communities), mada slične pojave nisu zaobišle ni tzv. emitivne zemlje (guest countries).

Još tridesetih godina prošlog vijeka, kada je proučavanje turizma bilo u samom začetku, Franz Oppenheimer, njemački ljekar i sociolog uočio je da turizam može doprinositi procesu prožimanja kultura i međusobnom razumijevanju ljudi, ali isto tako, i učvršćivanju postojećih odnosa u strukturi društvene moći.¹¹

Danas neke od najnovijih studija savremenog turizma, ne samo da mu daju za pravo, nego i ukazuju na jačanje tendencije da turizam podržava zatečene odnose moći, štaviše da se i sam etablira kao moć.

Ističući veliki doprinos razvoja turizma opštem „napretku u kulturi“, Oppenheimer uočava i svojevrsnu latentnu negativnu osobinu koja prati pojavu razvoja turizma: da bude u funkciji podržavanja i učvršćivanja zatečenih društvenih relacija i rasподjela društvene moći. Po njegovom mišljenju, ovo je tjesno povezano sa dolaskom prvih modernih turista, tj. pridošlica, trgovaca, misionara, plaćenika itd.¹²

Za boravak trgovaca, prvih „gostiju“ koje Oppenheimer smatra pretečom modernih turista, posebno su bili zainteresovani lokalni vladari, kako zbog ubiranja visokih poreza, tako i zbog prestiža kojim su ih opskrbljavali isti, donoseći im prestižne i ekskluzivne articke iz različitih djelova svijeta.

Sveštenici-misionari su takođe imali posebnu ulogu, kao preteča današnjih turista, u vidu duhovnog prosveštavanja, tj. osvajanja duša lokalnog stanovništva, dodatno ih podvrgavajući moćima lokalnih vladara.

¹¹ Vidi, F. Oppenheimer, *Zur Soziologie des Fremdenverkehrs*, Arcchiv fur den Fremdenverkehr. No 2, 1932

¹² Ibid, str. 34-35

Međutim, iako su misionari svoju ulogu igrali na obostranu korist i zadovoljstvo, tj. učvršćivali vlast kneževa, ali i svoju vlastitu moć, moćnici se nipošto nisu mogli lišiti usluga plaćeničke garde, čiji su članovi regrutovani iz grupe naoružanih gostiju, oružane pratnje trgovaca, mornara itd. Plaćenici su posređovali u prenošenju iskustava, znanja i vještina, a nerijetko su proniknuvši u duše svojih domaćina, spoznajući njihove slabosti, na kraju ih podvrgavali svojoj vlasti.

Tako je Oppenheimer početkom tridesetih godina prošlog vijeka, u vrijeme kada je moderni turizam bio tek u povoju, naglašavao da turizam može, uz pozitivne, da prouzrokuje i opasne, negativne posljedice, pa njegov članak spada u prve sociološke osvrte na tu stranu turizma.

Osim Oppenheimera, o turizmu kao o novoj vrsti kolonijalizama, nešto kasnije pišu i drugi autori, kao što je Edelman.

Za neko turističko područje, posebno je interesantno Edelmanovo gledište, „da razvoj turizma u zemljama u razvoju, može dovesti do konstituisanja specifične oligopolističke opcije, gdje se vladajuća elita, koja osigurava interese stranog ulaganja u turističku industriju, etablira kao nosilac društvene moći“¹³, što samo osavremenjava i potvrđuje ranija Oppenheimerova tumačenja.

Savremeni autori na sličan način posmatraju razvoj turizma, smatrajući da je penetracija razvijenih država u zemlje u razvoju, uslijedila prije svega, pod uticajem izazova u sopstvenim državama i da siromaštvo trećeg svijeta privlači međunarodno hotelijerstvo, jer je ono utočište za rastuću nezaposlenost i nisku profitnu stopu. S druge strane, neosporno je da svjetski turistički biznis pokazuje interes za istraživanja u „host countries“ upravo iz razloga sticanja profita.

Jasno je naravno da model razvoja, pa i turističkog, jeste prije i iznad svega u funkciji koncepta razvoja razvijenih zemalja.

U svemu pomenutom, željelo se, prije svega istaći da turizam sam po sebi nije isključivo ni dobar ni loš, već se pokušalo dati objašnjenje na koji se način on homogenizovao i standardizovao tokom perioda svog nastajanja, i postao sastavni dio života savremenog čovjeka.

¹³ V. K. Edelman, *Möglichkeiten und Grenzen des Fremdenverkehrs in Entwicklungsländern*, Revenue de turisme, 1/1975 str. 5-10.

II SLOBODNO VRIJEME I LJUDSKE POTREBE KAO OSNOVNE PRETPOSTAVKE TURIZMA

- ***II-1 Homo turisticus i njegovo slobodno vrijeme***

Tagorina izreka kaže „Kaži mi što radiš u slobodnom vremenu pa ču ti reći ko si ti“¹⁴

Sociologija je, kao nauka koja se bavi dinamičkim i statičkim pojavama ljudskog društva u odnosu na ostale, mlada nauka, a sociologija slobodnog vremena, kao jedna od njenih pratećih grana, uz sociologiju kulture, političku sociologiju i ostale, posebno mlada. Na našim prostorima proučava se tek odnedavno, jer je i slobodno vrijeme samo po sebi proizvod modernog društva.

Za početak ono što se mora istaći i razgraničiti jesu tri termina koja se ovdje javljaju, a to su na primjer: dokolica, razonoda i slobodno vrijeme. Veoma često se ova tri termina upotrebljavaju u literaturi i u svakodnevnom životu kao sinonimi što je pogrešno, jer ne pripadaju pojmovima koji su iste kategorije.

U riječnicima termin dokolica se objašnjava kao: vrijeme kad neko nema posla, preciznije rečeno nije na svom redovnom radnom mjestu. Možemo reći da je ovo samo manje ili više tačno, ali da definicija nije potpuna, jer termin dokolica ni u kom slučaju ne možemo izjednačiti sa neradom, a ako bi ga bukvalno prevodili onda bi dokolica zaista značila i besposlicu.

Takođe, kod riječi dokolica, navodi se da je sastavljena iz dvije osnove riječi, *do i koli*, pa bi se tako mogla shvatiti i kao termin koji upućuje na određeno vrijeme, odnosno da je nastala kao pitanja do koliko, do kojeg vremena. Na ovaj način dokolica bi se definisala kao riječ kojom se određuje određen vremenski segment.

Ni za ovakvo shvatanje dokolice, kao određivanja vremenskog segmenta ne možemo reći da je potpuno, ali u objašnjavanju riječi dokolica navodi se i značenje *ispunilo se*. U tom smislu možemo reći da dokolica u stvari predstavlja ono vrijeme koje nije prazno i koje je ispunjeno izvjesnim sadržajem.

¹⁴ S. Elaković: op. cit., str. 7.

Takođe, ono što Johan Huizinga, holandski sociolog kulture, primjećuje je da je dokolica sastavljena i od baza riječi *do i koli*. Tu već dakle, imamo izvjesno shvatanje igre i udjela čovjeka u njoj. To je čovjek koji se igra u određenom vremenskom periodu, dakle čovjeka koji je biće igre.

Dakle, za dokolicu možemo reći da predstavlja termin koji je prikladan za označavanje čovjekovog kreativnog djelovanja, onog djelovanja u kojem on stvara, u kojem se on potvrđuje kao biće slobode!¹⁵

Tako i Hanhart uvažava onu bitnu razliku između istinske dokolice i slobodnog vremena, potvrđujući da svakakav istinski stvaralački rad mora proistisati iz dokolice... „Dokolica dakle predstavlja ono stanje duha koje je neopterećeno vremenom, i dokolica može postojati i u onim trenucima koje nazivamo radno vrijeme i istinska dokolica prognana je samo iz onog rada koji iscrpljuje u neprekidnoj zaposlenosti odnosno traži maksimalno opterećenje“¹⁶.

U staroj Grčkoj koristio se termin *schole*, koji u prevodu na staroslovenski jezik upotrebljava kao pridjev „štедljiv“ i stari Grci su ga koristili kako bi označili one radnje koje se dešavaju u okviru pripremanja za javne poslove u polisu, ali istovremeno i za slobodno vrijeme koje se koristilo u pravcu afirmacije stvaralačkoga duha.

Još i prije Hanharta grčki mislioci poput Platona i Aristotela govorili su o dokolici kao stvaralačkom činu. Tako u svom djelu „Posljednji dani Sokratovi“, Platon poslije proglašavanja Sokrata krivim ističe kako je zanemario i državne poslove i gomilanje novca jer su mu smetali da se na istinski način posveti čovjeku. Slobodan rad mu je bio neophodan uslov da se posveti dobročinstvu – dakle popravljanju čovjeka. Prema tome, Platon vjeruje u ono u šta mnogi moderni teoretičari vjeruju, a to je da se u slobodnom vremenu odvija proces čovjekovog vlastitog samousavršavanja.

Slično kao Platon i Arsitotel dodjeljuje slobodnome vremenu izuzetno mjesto u okviru ljudskih aktivnosti. Po njegovom shvatanju najveća zabluda je da se termin slobodno vrijeme shvatit kao besposličarenje. To slobodno vrijeme je najvažnije za čovjeka jer je ispunjeno vrlinama i jer ga čini sretnim, kaže Aristotel u svome dijelu „Nikomahova etika“. Prema Aristotelu rad za čovjeka ima svrhu koja je izvan njega, dok

¹⁵ J. Huizinga: *Homo ludens*, Matica Hrvatska, Zagreb 1970. str. 192.

¹⁶ D. Hanhart: *Arbeiter in der Freizeit*, Bern-Stuttgart , Huber 1964. str. 18.

se u procesu slobodnog vremena obavljaju one aktivnosti koje imaju svrhu u njemu samome.

Na prvom mjestu u tom pristupu slobodnom vremenu on primat daje onom dijelu u kojem se obavljaju stvaralačke aktivnosti, dakle one za koje je potrebna dokolica. Za Aristotela igra i zabava predstavljaju drugorazredne kategorije u okviru slobodnog vremena jer nemaju nikakvu stvaralačku aktivnost. One, kako tvrdi grčki filozof, ne mogu ispuniti smisao ljudskog života.

U latinskom jeziku, starogrčkom pojmu schole, odgovara upotreba izraza *otium*. Latini su u svom jeziku imali i riječ *negotium* kojom su označavali svakodnevni rad (trgovci, zanatlije, gradski plebsi)... Ovaj pojam odnosio se i na onaj dio kojim se označavalo ratovanje, rukovodenje privrednim poslovima i trgovanjem.

Žan Mari Andre, profesor na Univerzitetu u Dižonu, govori o tri mogućnosti postanka riječi *otium*:

- njegov korijen nalazi se u označavanju tišine ili samovanja
- ceremonijalne aktivnosti i svečanosti
- mir oružja i ratnika u rimskoj legionarskoj vojsci¹⁷

Za razliku od njega Valde riječ *otium* povezuje sa autumn (označavanje jeseni ili pustoši). Ono što treba reći jeste da je on u svojim pojašnjavanjima dugo lutao za pravom upotrebom ovoga termina. U suštini, možemo govoriti da se termin *otium* upotrebljavao kako bi se njime označio i prestanak javnih poslova, kao i prestanak procesa ratovanja i kolonizacije, a samim tim i potpuna predanost filozofskim razmišljanima u tišini, odnosno samovanju. Upravo u tim periodima, za koje se riječ *otium* vezuje, javlja se prapočetak turizma. Rimski patriciji imali su razvijenu kulturu odmaranja u svojim ljetnjim vilama. Nešto slično onome što je jedan od najvećih filozofa, državnika i govornika Rima, Ciceron, napisao u svojoj knjizi „Razgovori u Tuskulanumu“. U staroj Grčkoj, za vrijeme Olimpijskih Igara, prekidani su svi ratovi, a Demokrit je zapisao da su trenuci dokolice kao „gostionice pored puta“. Starim Grcima su na raspolaganju bili bordeli, vodiči, gostionice, a imali su i posebne institucije koje su se nazivale proxenos (to bi odgovaralo današnjim informativnim punktovima).¹⁸

¹⁷ S. Elaković: op. cit., str. 8.

¹⁸ Ibid: str. 9.

Ono što je ipak i za Rim i za Staru Grčku posebno potrebno naglasiti jeste da je pojam stvaralačkog duha, kreativnost, razmišljanje bilo istrgnuto iz pojma slobodnog vremena, koji se doživljavao krajnje negativno i izjednačavao sa besposlicom.

Shvatanje slobodnoga vremena u srednjem vijeku potpuno je drugačije od onoga u Rimu ili Grčkoj, pa čak i u Egiptu, za koji se tvrdi da se i tamo moglo u izvjesnoj mjeri sigurno putovati. U srednjem vijeku, slobodno vrijeme, a samim tim i stvaralačke aktivnosti, zabavu ili razonodu u potpunosti je određivala crkva do te mjere da su je neki značajni umovi toga doba, poput čuvenog pisca basni La Fontena i ismijavali. Gotovo svo slobodno vrijeme čovjek je provodio u crkvi, i na crkvenim svečanostima. Česte propovjedi bile su u isključivoj namjeri kontrole čovjekovog slobodnog vremena. Tek kasnije u kasnom srednjem vijeku, pod uticajem renesanse, odnos prema slobodnom vremenu se počeo mijenjati, istina neznatno.

Čovjek ima potrebu da je sloboden, i potrebno je da ima vrijeme koje će da posveti sebi, da ga provede na način kako on to želi. A borba za to slobodno vrijeme, naročito sa industrijskom revolucijom bila je mučna i dugotrajna. Ona je u potpunosti minimizovala čovjekovu mogućnost da se kulturno uzdiže, da stvara, da se obrazuje. Dovoljan svjedok ovoga podatka je da je tokom industrijske revolucije radni dan čovjeka trajao 18 sati. Preostalo vrijeme taj radni čovjek provodio bi u nečovječanskim uslovima, bez ikakvih stvarnih mogućnosti za kulturni život, koji je bio privilegija buržoazije. Radnici su bili tretirani kao moderno roblje, ono što se u staroj Grčkoj nazivalo „alat koji govori“.

Zbog toga i nije čudo što je taj period bio period pun kriminala, jer kad jednom čovjeku oduzmete njegovo slobodno vrijeme, to dovodi do agresivnog ponašanja, tuča, pijančenja, ili sa druge strane ima za posljedicu povlačenje u sebe i sklonost ka depresijama.

U Engleskoj, parlament je pet puta do 1833. godine izglasavao potrebu smanjivanja radnog vremena na 15 sati i to samo za žene i djecu, dok je tek 1833. godine primijenjen u praksi, a 1850. godine takođe za djecu i žene radni dan je smanjen na 12 časova.

Isto je bilo u Francuskoj, Njemačkoj, tadašnjoj Pruskoj gdje su zakonima ukidani tradicionalni radnički praznici. Sve je naravno imalo jedan cilj: povećanje profita.

Godine 1866. na Opštem radničkom kongresu održanom u Baltimoru istaknut je predlog da normalni radni dan traje 8 časova, „medjutim tek 1919. godine Međunarodna

organizacija rada, svojom Konvencijom ograničava radno vrijeme na 8 sati¹⁹. Brojni su bili razlozi zbog kojih je to tada uslijedilo, a kao najvažniji uzima se Oktobarska revolucija, kao i uočavanje potrebe za oporavkom radne snage. Ali, ono što posebno treba naglasiti jeste i uviđanje da će ovakvi potezi dovesti i do novih mogućnosti u stvaranju profita.

Čovjek sa dovoljnim slobodnim vremenom ima, dakle, i mogućnosti da putuje, tako da se fenomen turizma u pravom smislu te riječi počeo vezivati sa fenomenom slobodnoga vremena.

U ovakvom kontekstu, bitni problemi slobodnog vremena savremenog čovjeka mogu biti pitanja otuđenosti samog procesa proizvodnje i razlikovanje stvarnih od nestvarnih ljudskih potreba. Stvarna razlika izmedju potencijalnog i realnog, zato nameće niz pitanja. Da li se sticanje umješnosti plaća gubitkom čovjekovog karaktera? Da li čovjek postajući gospodar mašine postaje i sam mašina? Da li vrijednost razonode, uslovljena uspjehom na tržištu, može biti mjerilo ljudskih potreba? Da li je industrija kulture čija je ideologija profit i vlast predmeta nad ljudima, stvarno mjerilo kulture? Da li čovjek savremenog društva ima mogućnost kritičkog procjenjivanja vlastitog života?

Spajajući problematiku otuđenog rada sa problemom čovjekovih otuđenih potreba, ispoljenih u funkcionalanu mehanizama industrije kulture, može se doći do vrlo interesantnih teza o karakteru slobodnog vremena savremenog čovjeka i društva u cjelini. Ovdje se može govoriti o takozvanoj lažnoj dijalektici između iluzije slobode i stvarne zavisnosti o profesionalnom radu.

Ponašanje u slobodnom vremenu može biti organizovano nastavkom profesionalnog rada u nekom obliku honorarnog rada, ili u pokušajima osmišljavanja života, oblicima političke, religiozne ili neke druge djelatnosti ili hobija.

U slobodnom vremenu ponašanje takođe može imati, funkciju kompenzacije, ispoljenu kroz bijeg od rada, bijeg u lažnu individualnost, neku vrstu intime, u potrošnju proizvoda industrijske kulture i podmirenje stvorenih lažnih potreba ili, naprsto, u pasivni dokoličarski hedonizam.

Čovjek savremenog društva, ne može da svoje slobodno vrijeme pretvori u zaista slobodno, jer postaje idealni konzument sve većeg broja dobara, što mu se nameće čak kao životni smisao. Svojom prirodnom savremeno društvo i radno i slobodno vrijeme

¹⁹ Ibid: str. 13.

podvrgava manipulaciji kojoj je cilj profit. Iz toga rezultiraju savremeni oblici nehumanosti i nekulture te deformiteti koji sputavaju razvitak čovjekovih generičkih mogućnosti i humanizaciju njegovih čula.

Surova racionalnost, sve podređuje proizvodnji profita i u tu svrhu nastoji da poveća višak radnog vremena s jedne strane, a samim tim smanji količinu slobodnog vremena s druge strane, kao i da njime potpuno zagospodari.

Čovjek savremenog potrošačkog društva tzv. „homo consumens“²⁰, svoju otuđenost u sferi monotonog i dehumanizovanog rada, nadomiješta drugom otuđenošću, težnjom za negativnim ostvarenjem svoje ličnosti. Tada se najčešće odaje alkoholizmu, brutalnim zadovoljstvima, bezglavom trkom za tjelesnim uživanjima, ili, postaje objekat vješto iskalkulisane realizacije planova industrijske kulture pri čemu savremeni mass-mediiji prvaklasno igraju svoju dobro poznatu ulogu vrhunskog zavodnika, a često i manipulatora.

„Kroz ljubičastu prizmu“ kako se to uobičajeno komentariše, nudeći sva blaga ovog svijeta, ona u stvari podilaze čovjeku čija su, na žalost, sva psihička i duhovna svojstva svedena na dimenziju posjedovanja, a to rezultira svodenjem čovjekovih moći na glupost i jednostranost.

Savremenog čovjeka-potrošača sve nove i savremenije vještačke potrebe tjeraju na neprekidni lanac žudnja-patnja, ne pružajući mu mogućnost na mir i spokojsvo.

Ovaj nikad nezadovoljeni potrošački prohtjev savremenog hedonist-potrošača dovodi u stanje permanentnog stresa i nužno završava svojevrsnim oblicima neurotičnosti.

Vještačke potrebe, razni oblici iracionalnosti, stvaraju samo privid da je čovjek savremene civilizacije zadovoljan čovjek okružen blagodetima industrijske civilizacije a u stvari radi se o frustiranom čovjeku ispunjenom nezadovoljstvom i apatijom, koje zakratko prekidaju seanse novih kupovanja.

Prema tome, svakodnevica je industrijskom civilizacijom postalo jednolično siva i stvorena je svojevrsna degradacija individualnih sposobnosti. Izgubila se veza između dnevnih individualnih aktivnosti i cjeline društvenog življenja a čovjekova svijest je postala lijena i sterilna, gubeći svoj kritički i kreativni karakter. Tako pojedinac u svakodnevnom životu postaje samo pasivni učesnik, bez dovoljno kritičnosti i

²⁰ Ibid: str. 38.

kreativnosti, a svakodnevica u odsustvu svega toga postaje sve manje prostor kreativnog potvrdjivanja i djelovanja, te otvara prostor raznim oblicima manipulacije.

Gоворити о свакодневници, а поготово о слободном времену, на посебно место, тј., у посебну категорију слободних активности стављамо туризам. У социолошким анализама туризма, провлаче се међу осталима, два типа туризма и то: формално-функционалистички и културолошко-антрополошки.²¹

Prvi pristup polazi od pretpostavke odbacivanja savremenog turiste kao radoznanog putnika, dobroćudnog gosta koji nastoji da ostvari što prisniji kontakt sa domaćim stanovništvom. Moderni turist, sa druge strane, niti ima bilo kakav odnos prema doživljaju prirode, kontaktu sa domaćim stanovništvom, a kamoli sa nepoznatima. Svoje socijalne veze on svodi na kontakte sa svojim saputnicima, a kontakt sa domaćinima, obavlja jedino preko svoje agencije. Tako dobijamo prosječnog „idealnog tipa“ modernog turiste kojeg proizvodi turistička industrija, te se raniji trend industrijalizacije, sada zamjenjuje trendom depersonalizacije, podvlači profesor Elaković.

„Док се у ранијем тренду индивидуализације, туристичко путовање ношено потребом и идејом за интензивним међулудским контактима и доživljajem природе, те обојено лиčним motivima, интересима и склоностима јединке, данас у том погледу преовладавају безличи мотиви bijega od svakodnevice i težnje ka manje više pasivnoj dokolici, i prostom bitisanju u grupi, iza čega стоји dominantni cilj sticanja specifičnih turističkih statusnih simbola“.²²

Potrošnja predstavlja suštinu koju nameće turistička industrija u standardizovanim grupnim putovanjima. Ona u krajnjem slučaju, ujedno predstavlja, osnovno mjerilo kojim se određuje društveni položaj pojedinca. Nekadašnju dokoličarsku klasu, данас у doba masovnog turizma nadomeštaju anonimne dokoličarske mase па je to razlog да moderni dokoličar turist ne demonstrira svoju potrošnju tokom samog turističkog putovanja, već nakon putovanja, tj. u momentu kad svoje doživljaje proživljava, prepričava, hvališući se, tako da se drugi čude i dive. Та прича nakon putovanja treba да mu osigura уваžавање слушалача, чиме му се у процесу социјализације подиže „ugled“ према скали statusnih simbola.

²¹ Ibid: str. 65.

²² Ibid: str. 23-33.

Jednostavno rečeno ova pohlepa za statusnim simbolima vodi depersonalizaciji, pošto individualne osobenosti nestaju i gube se u pomodarstvu. Razumijevanje i doživljavanje nečeg novog i nepoznatog, zamjenjuje se sakupljanjem sterotipa, koje oblikuju prospekti, internet i mas mediji.

Profit je suviše ozbiljna stvar da bi se izbor putovanja olako prepustio ličnim sklonostima i to je vrlo često dio strategije turooperatora i turističkih agenata.

U drugom kulturološko-antropološkom pristupu, sociologija turizma, se preko pitanja suštine savremenog turizma pokušava doći do suštine moderne epohe. Ovaj pristup polazi od pretpostavke da se preko razumijevanja turizma, tumačenja slobodnog vremena kao njegovog pojmovnog okvira, dolazi do shvatanja suštine savremenog čovjeka i društva, budući da se život modernog čovjeka ne zasniva više na samom radu, već slobodnom vremenu koji je taj rad stvorio. Radno vrijeme i rad nisu više reprezent društva, već slobodno vrijeme i beskrajna potrošnja.

Iz ovakvog pristupa ne proizilazi samo ono što je pomenuto u kritici svakodnevice savremenog čovjeka, koja se prikazuje kao otuđenost, površnost, bezizlaznost, nestabilnost, neautentičnost, fetišizam itd. već i mogućnost prevazilaženja haotične svakodnevnosti. Upravo u ovakvoj bezizlaznosti modernog društva preko onoga što se može nazvati religijska metafora, može se naći izlaz iz postojeće paradoksalnosti zapadajući u novu paradoksalnost tzv. stabilne društvene „strukture“ koja se nalazi u „atrakciji“. U turističkoj atrakciji, prema ovom stanovištu, upravo se nalazi jedinstvo moderne kulture. Atrakcija je analogna religioznim simbolima primitivnih naroda, jer ima ulogu uporišta, arhimedovske tačke savremenog društva, bez koje to društvo ne bi moglo postojati, odnosno ne bi se moglo izvući iz postojećeg haosa. Dalja elaboracija ove pretpostavke ide do konstatacije da turizam i participacija u drugim modernim alternativama savremenog društva, prave prostor za nesputanu individualnost u modernom društву, odnosno do „teorije distance“ prema kojoj se ovaj fenomen tumači prvenstveno kao distanca od svakodnevnog života.²³

Turizam je u ovom smislu „totalni obrazac društva“, na turističkoj atrakciji je utemeljena homogenizovana sadašnjost. Atrakcijom kao ciljem turističkog razgledanja skupljaju se i sažimaju haotična životna iskustva. Sakralizacijom znamenitosti, obične stvari postaju svetim, a turist u aktu razgledanja kao u ritualu obilazi znamenitosti kao

²³ Ibid: str. 71-72.

autentične atrakcije. U okviru modernog turizma javna mjesta, opšte prihvaćene društvene konvencije, javni ideali i vrijednosti, predstavljeni kao kulturno istorijski spomenici, su mistifikovani, a samim tim njihovo razgledanje ima obredno značenje. Turizam u ovoj interpretaciji postaje sublimacija za religiju.

Turističko putovanje može imati karakter traganja za pravom realnošću, za smisalom čovjekovog bivstvovanja, i kao takvo može biti supstitut za tradicionalnu religiju, ali može biti i trka za stereotipnom atrakcijom ili naprsto „pečenje na suncu“.

Možda je stvarna zasluga ovog pristupa pravljenje analogije izmedju modernih turističkih putovanja sa tradicionalnim hodočašćima. Sa tradicionalnih religijskih mjesta nestaje religijski oreol – velike katedrale, hramovi, crkve, džamije... dobijaju izrazito turistički značaj, tako da je njihovo ritualno obilježavanje imalo i prije i sada funkciju zaustavljenog vremena.²⁴

Kao što je ranije rečeno, ako se turizmom ne može doći do smisla totaliteta čovjekove egzistencije, ipak se u turističkom svakodnevlju, vrlo evidentno pokazuju mnogi oblici savremenog čovjekovog otudjenja i ostvarenja. Navedeno je da se u modernom turizmu projektuje trend depersonalizacije, da se kroz njega lansira dovoljan broj sterotipa koji transformišu svijet od sfere doživljaja u sferu muzeja, dajući tako primat šablonizaciji i programiranim pseudo –osjećajima.

Riječ turizam u tom smislu mnogo više asocira na pojmove kao što su putovanja, druge zemlje, metež, gužva, „šoping“ a manje na širenje vidika, prijateljstva, autentičnu prirodu i tišinu. Područje traženje sreće i bježanje od „prokletstva rada“ jednostavno se pomjera u sferu turističkog putovanja, a ono postaje vrsta bijega od radnog ritma, motivisanog očekivanjem i nadom da će se ponovo steći izgubljena duša, istinski odmor i okrepljenje.

Turizam se tako mjeri pređenim kilometrima, satima letenja, noćenjima, pansionima i polupansionima. On je svojevrstan bijeg od svijeta rada, iz banalne svakodnevice (rad, TV, spavanje) u običan svijet godišnjih odmora, svijet mašte koji je izgradjen od službenog društvenog poretku, tako dobro, kako bi što bolje dočarao iluziju sreće.

Od strane velikih turoperatera, forsirani turizam ima prvenstveno funkciju socijalnog ventila u cilju održavanja postojećeg reda stvari. On se posmatra kao

²⁴ Ibid: str. 75.

„zabavište“ razvijenih, organizuje kao industriju meteža, banalne zabave i bijega od trivijalne svakodnevice.

Iz komercijalnih razloga sve više postaje industrij putovanja, konačenja, „kulture pečenja na suncu“ i to prema načelu 4 „S“: sun, sea, sand and sex, (sunce, more, pjesak i seks) iako svjetska turistička organizacija zastupa moto 4 „D“: delassement, divertissement, development, depasement (opuštanje, zabava, razvoj i duhovno uzdizanje)²⁵

Sa stanovišta profita i pravljenja novca, savremeni turista postaje samo objekat i subjekat potrošnje. Na taj način se podilazi masovnom srednjem sloju, bez formiranog ukusa, koji lako nasjeda industriji koja zadovoljava potrebe slobodnog vremena, na isti način kao što se lako miri sa industrijom koja zadovoljava potrebe radnog vremena.

I u sferi turizma kapital izvrće red stvari i ističe jednu dimenziju čovjeka – putovanje kao bijeg i kompenzaciju - kao njegov totalitet, gradeći svoju dobit na ljudskoj dosadi, tako da se putovanje svodi na „ubijanje“ vremena i kompenzaciju izgubljenih životnih radosti.

Ovakav način stimulisanja korištenja slobodnog vremena, odgovara postojećem društvenom poretku.

Oni koji znaju kako manipulisati ljudima, znaju da je potrebno stimulisati putovanje kao oblik fizičke rekreativne aktivnosti, a ne forme čovjekove svestrane aktivnosti, intelektualnog i estetskog doživljaja i preobraženja.

Svakako da na putovanje utiče čovjekova radoznalost, tj. njegov istraživački motiv za koji se u psihologiji tvrdi da predstavlja jedan od urođenih ljudskih motiva. Međutim, ovdje se nesumnjivo radi i o onom dinamizmu u promjeni ciljeva putovanja koje se iskazuje u neprekidnoj trci za novim statusnim simbolima turističkog tipa, odnosno nametnutoj potrebi da se participira u novim oblicima opisane „iskustvene potrošnje“. To uveliko objašnjava trku za sve novijim i egzotičnijim turističkim destinacijama.

Čovjek koji je osiromašen i sveden samo na radnu funkciju, koji uspijeva samo da bude kopija radnog procesa i privjezak mašine, nije sposoban ni za stvaralačko i sadržajno slobodno vrijeme, tako da postaje lak pljen industrije dokolice i industrije

²⁵ Ibid: str. 93.

turizma. Uvodjenjem industrijskog mehanizma nastupile su monotone i dosadne radnje što za posljedicu ima otupljivanje duha i povećanje nervne napetosti i iscrpljenosti.

Neka istraživanja pokazuju da savremeni homo-turistikus okružen otuđenim radom i životnom sredinom uglavnom ne zna što će sa samim sobom, što dovodi do takozvanog „ubijanja“ vremena. Istarživači ukazuju na svojstven osjećaj krivice karakterističan za radno ustrojenog odmaraoca, osjećaj koji nastaje iz neaktivnosti na odmoru i koji se čak manifestuje kao loša svijest zbog odmarališne dokolice.

Putovanje i boravak u stranoj zemlji vrlo često se može doživjeti čak i psihogeno. Činjenica je da, psihološki labilnom turistu ovaj psiho-šok može biti povod opasnih psihičkih kriza i pojava paranoidnih simptoma, tako da kod mnogih latentnih šizofreničara bolest izbija prvi put na odmoru. Kada je u pitanju medicinski aspekt stvari, prema najnovijim preporukama psihologa, tek se u trećoj nedjelji odmora mogu očekivati stvarno pozitivni efekti odmora, pošto su u prve dvije nedjelje uočljive teškoće zbog promjene ambijenta i klime, koje mogu da se kreću od nesanice, preko neodređenog straha, do navedenih stresogenih reakcija. Da li i koliki broj turista danas sebi mogu priuštiti treću nedelju odmora od rada i finansirati isto toliko odmora je više ekonomsko i socijalno, a manje psihološko pitanje.

Istraživači slobodnog vremena, podvlače činjenicu da se ono što turisti očekuju od svog odmora, daleko razlikuje od stvarnih potreba za odmorom savremenog čovjeka. Upravo je jaz izmedju potreba za istinskim odmorom i slobodnim vremenom i postojeća turistička stvarnost izvor stresnih situacija. Kad se tome doda da turist, budući da je putovanje još uvijek prevenstveno trčanje za prestižnim simbolima, često izbjegava priznati razočarenja putovanjem, jer bi to bilo ravno priznanju društvenog neuspjeha..., onda je normalno da se u takvoj situaciji konzumiraju konfekcionarni programi i načini „ubijanja vremena“ što nerijetko turistu pretvara u apatičnu osobu i depresivca koji tone u dosadu.

Osloboden radnih obaveza čovjek često odmor doživljava traumatski kao područje apatije i dosade tako da se uz šank bar i eventualnu muziku, suočava sa „prazninom života“. Društveno ustrojstvo, društveni sistemi i usvojena mjerila vrijednosti naravno imaju presudan uticaj na ovakvo ponašanje čovjeka.

Ovdje nije suvišno podsjetiti da u svom kapitalnom djelu „1984“ Orvel svoj narod drži pasivnim i poslušnim, propagiranjem banalne zabave i uživanja alkohola. On

najveću masu svojih podanika (85%) koje naziva prolima smatra manje vrijednim bićima, koja pored uživana alkohola i svadje sa susjedima, najviše vole igre na sreću.²⁶

Moguće je i drugačije i u drugom kontekstu tretirati ovu problematiku.

Možda bi se uprkos potrošačkom teroru, ekspresnom i depersonalizovanom putovanju, kada je u pitanju kvalitet čovjekovog slobodnog vremena, moglo govoriti o potrebi društvenog preokretanja nekih vrijednosti, recimo vrijednosne preorientacije od „kulture novca“ ka kulturi novog uživanja u dokolici i sklonosti hedonizmu.

Kroz period je sigurno moguće formiranje ličnosti sa višim i istinskim ljudskim potrebama za koju turizam prestaje biti ekscesna zabava, samozaborav u metežu i potrošački bijeg od svakodnevne banalnosti.

Ako je možda moguće izbjegći potrebu da moderni turizam ne bude samo bijeg iz stvarnosti, društveni ventil koji čuva održavanje postojećeg reda stvari, a samo izuzetno i djelimično potreba za traženjem odmora i rekreacije, onda bi se moralno vratiti njegovom pravom smislu, odnosno staviti akcenat na psihološki, motivacioni aspekt u artikulaciji turističkih programa i realizaciju ponude.

Sigurno je da svi motivi i biološki i personalni mogu biti popuna slobodnog vremena. Sve funkcije koje ima slobodno vrijeme – odmor, rekuperacija, zabava, razvoj ličnosti i samoaktualizacija, ostvaruju se i u turističkim aktivnostima. Na biološkim potrebama se gradi recimo niz turističkih potreba od gastronomskih (motiv gladi) do erotskih (seksualni motiv), do potreba turističkog kretanja prema sunčanom pojasu (motiv automatske termoregulacije, odnosno izbjegavanje ekstremnih temperatura), što je osobito izraženo kod osoba trećeg doba, koje zimu provode na obalama toplih mora.²⁷

Kad se radi o socijalnim motivima i motivu radoznalosti, samoafirmacije i samoaktuelizacije, oni, kao i niz drugih formiraju osnovu turističkog putovanja. Na kraju procvat takozvanog hobi-turizma svjedoči kako svaki personalni motiv može postati faktor turističke tražnje. Jedan od takvih motiva je i želja za igrom i kockanjem.

²⁶ Ibid: str. 78.

²⁷ Ibid: str. 96.

- **II-2 Glavni uzroci protivriječne prirode turizma**

Turizam je po svom postanku, po svojim bitnim obilježjima, i vidljivim i nevidljivim uticajima, svojevrsni društveni odnosno sociološki fenomen. Često se međutim, ekonomskim funkcijama turizma, što proizlaze iz premještene ili vandomičilske potrošnje sudionika u turističkim migracijama, oduvijek se pridavala i još uvijek se pridaje daleko veća važnost i u nauci o turizmu i u praktičnoj politici razvoja turizma negoli u njegovim brojnim i specifičnim društvenim funkcijama.

I onda kada se razmatra o društvenoj funkciji turizma, najviše se govori o njegovoj zdravstvenoj i rekreativnoj funkciji, ali opet prvenstveno s ekonomskog stanovišta.

Uporno se naglašava kako provođenje odmora na turistički način utiče na poboljšanje zdravstvenog stanja svih slojeva društva, i na smanjenje troškova zdravstvene preventive i rehabilitacije. Razni oblici rekreativnog turizma pridonose uspostavljanju poremećene psihosomatske ravnoteže pa povećavaju radne sposobnosti, i produktivnost rada svih, posebno fizičkih radnika.

Rijetko kad se odmor proveden u obliku turističke vandomičilske dokolice, ispunjen zdravim rekreativnim aktivnostima, tretira kao činilac koji pridonosi, osim oslobođanju od zdravstvenih tegoba, povećanju životnog zadovoljstva svih kategorija urbanog stanovništva.

Kad se govori o kulturnoj funkciji turizma, a to se s obzirom na veliku važnost te društvene funkcije turizma još uvijek malo čini, onda se daleko više govori o tome kako turizam može doprinijeti i doprinosi ekonomskoj valorizaciji kulturne baštine, negoli o tome kako turizam može i treba da proširuje i obogaćuje sferu subjektivne kulture svih društvenih slojeva.

On je kao složena, društveno-ekomska i kulturološka pojava od svog početka prepun protivrječnosti koje uslijed konstantnog omasovljavanja postaje klica degenerativnih procesa.

Turizam kao takav, visoko profitabilan, zdravstveno koristan, a u isto vrijeme ekološki i donekle sociološki degenerativan, postao je jedna od najkontroverznijih

društveno ekonomskih pojava našeg vremena, pa svaku njegovu pozitivnu funkciju, prati po jedna negativna.

Jedan od najvećih protivrječnosti turizma je što u isto vrijeme može igrati i iga ulogu resocijalizacije i desocijalizacije savremenog čovjeka, pa su čak savremeni sociolozi skloni tvrditi da je uloga desocijalizacije čak i izraženija od uloge resocijalizacije. Razlog tome je što se svako povoljno psiko-sociološko djelovanje turizma realizuje ponajviše u intimnoj sferi međusobno nepovezanih pojedinaca pa, premda takvih pojedinaca ima prilično puno, učinci takvog djelovanja turizma ostaju nevidljivi. Nepovoljno psiko-sociološko djelovanje turizma najviše se realizuje u velikim grupama ljudi i konfliktima između različitih socioloških grupa pa su takvi učinci, takvo djelovanje turizma, uvezši u cjelini, veliki i gotovo potpuno vidljivi.

- **II-3 Bio-antropološke promjene i urbanizacija kao pokretač masovnih turističkih migracija**

Uloga turizma u resocijalizaciji savremenog čovjeka sastoji se u tome što jedino on kao vandomicilna i po trajanju najduža dokolica pod određenim uslovima zadovoljava one potrebe i motive zbog kojih se danas vrlo veliki broj ljudi, svjesno ili nesvjesno, uključuje u turistička kretanja i migracije.

Iako je sfera turističke motivacije još uvijek slabo istražena, iz više razloga, posebno što se u njoj istovremeno odvijaju i isprepleću racionalni i iracionalni procesi i jer se ona neprestano proširuje, ipak se sa sigurnošću može reći da u njoj dominaraju one potrebe koje su antropološki ukorjenjene u ljudskoj vrsti i svakom ljudskom biću kao pojedincu.

Među takvim se potrebama opet naročito ističu sledeće tri najveće i to; potreba za prirodom, potreba za igrom u najširem smislu i potreba za komuniciranjem sa drugim ljudima. To su, zapravo, one iskonske potrebe pogotovo ljudi koji žive u urbanim sredinama, a takvih je sve više, jer se urbano stanovništvo povećava veoma brzo, a te potrebe u sve manjoj mjeri mogu zadovoljiti u svakodnevnom životu i radu.

Ovdje svakako treba napomenuti da osim što urbani način života utiče na turističke procese, dešava se i recipročna pojava da na proces povećanja urbanog stanovništva djelimično utiče i turizam, tj. migracije ljudi iz ruralnih krajeva u turističke centre.

Turizam je po uzrocima i po mjestu svog postanka i po svojoj suštini izrazito urbani fenomen. On se u stvari i manifestuje kao prostorna disperzija stanovnika gradova poslije rada i za vrijeme odmora u drugu, posebno prirodnu, sredinu, a učestalost i širina te disperzije zavisi od veličine, tipa i stepena urbanizacije gradova iz kojih dolaze, kao i njihove životne filozofije i psihologije.

Sve promjene, ili, zapravo, svi pogoršani uslovi i način života u urbanoj sredini proizilaze iz toga što je umjetna, tehnološki složena i neprirodna sredina, upravo proporcionalna gustini naseljenosti i tehnološko-industrijskom stepenu razvoja.

Urbana sredina osim što je zagadjena izduvnim gasovima industrijskih postrojenja, automobilskim izduvima, izuzetno je bučna i sve više nepodnošljiva za

normalan život. Buka je postala u savremenom svijetu nova, velika društvena nevolja. Njen uticaj na urbano stanovništvo ima izuzetno negativan trend, na sociopatologiju i psihopatologiju stanovnika.

Urbani čovjek je frustriran čovjek jer se svakodnevno mora odricati niza sitnih ljudskih zadovoljstava i onih aktivnosti koje bi mogle pridonijeti formiranju njegove ličnosti. Osim toga on je usamljen, premda živi okružen ogromnim brojem ljudi.

Urbanizacija sa, svim pomenutim negativnim ljudskim posljedicama razvijala brzo, dok se turizam kao konsekvenca urbanizacije razvijao znatno sporije i postepeno. Na to je u najvećoj mjeri uticala redistribucija dohotka i humanizacija rada kroz sticanje većeg socijalnog prava na godišnje odmore.

Ne ulazeći u analizu svih objektivnih i subjektivnih činilaca koji su uticali na omasovljenje turizma, sa sigurnošću se može reći da danas najveći dio urbanog stanovništva za vrijeme turističke dokolice, želi i pokušava ponovo naći prirodu od koje je, živeći u gradu silom prilika otuđen. To uostalom potvrđuje i činjenica da se glavnina cjelokupnog turističkog prometa na svijetu orijentiše prema moru i vodenim površinama uopšte, prema planinama i prema selu, odnosno zelenim ruralnim ambijentima, jednom riječju ambijentu drugačijem od njegove svakodnevice.

Činjenica je da većina ljudi za vrijeme turističke dokolice iz više razloga ne uspijeva u potpunosti zadovoljiti tu želju i što mnogi za vrijeme turističke dokolice uz sve pokušaje ne mogu pronaći pravu prirodu. Zato pretežna orijentacija turističkih kretanja ka prirodnim područjima i elementima pokazuje da se ovdje radi o manifestaciji jedne realne bio-antropološke potrebe i o spontanoj reakciji ljudi protiv agresije urbane sredine na prirodne osnove života i fizičkog opstanka ljudi koji u njoj žive.

Za vrijeme dokolice u prirodnom ambijentu, gradski čovjek se može takodje osloboediti i nekih drugih škodljivih i pogubnih posljedica života u degradiranoj urbanoj sredini. Samim tim što mu se pruža prilika da se izloži neposrednom i blagotvornom uticaju baš onih prirodnih elemenata koje je djelovanje u ekološki degradiranim urbanim sredinama znatno smanjilo, ili kojih u takvim sredinama uopšte više i nema.

To su sunce, more i voda, čist vazduh, šume i zelene površine, odnosno oni prirodni elementi koji svojim zajedničkim djelovanjem ponajviše pridonose formiranju klime pojedinih područja. Moderna psihogeografija otkriva čitav niz drugih povoljnih

uticaja boravka i dokolice na psihu urbanog čovjeka na mjestima i područjima koja su očuvana u prirodnom stanju.

Osim potrebe za prirodom, i potreba za igrom je jedna od realnih potreba koja spada u bio-antropološku i psiho-socijalnu kategoriju.

Svaki čovjek iz djetinjstva prenosi potrebu za igram i igranjem. U svakom je čovjeku uvijek prisutan taj ostatak infantilnosti, ali ga realnos života tjera iz dječijeg svijeta i ne dozvoljavaju mu da uživa njegove posebne vrijednosti. Stoga svaki čovjek trajno želi i na razne načine nastoji zadovoljiti tu potrebu, mada toga najčešće nije ni svjestan. To ustalom najbolje dokazuje činjenica da cijelokupno ponašanje čovjeka za vrijeme dokolice u prirodi pokazuje znake njegovog privremenog povratka u djetinjstvo. Mada ta dokolica veoma liči na jednu veliku igru u kojoj odrasli ljudi ili trče, plivaju i love ili sudjeluju u raznim drugim igram na pijesku, livadi, rijeci ili u moru, a vrlo često i u kockarnicama, ako su one dio ponude njihove destinacije.

Sa druge strane, ruralnom čovjeku, je netaknuta priroda prirodno okruženje i on stremi nekim novim izazovima urbanizacije. Sve ono što ne može naći u svojoj svakodnevici, za njega predstavlja izazov za koji je spreman izdvojiti i vrijeme i novac. Takav turista, neće birati destinacije netaknute prirode, čistog vazduha i pješčanih plaža. On će birati destinacije, koje pružaju puno zabave, izazova, raznovrsnih senzacija i svega onoga što u svakodnevnom životu nije u prilici da sreće, ili u njegovom bližem okruženju nije dostupno. On teži za ultra urbanim sredinama, velegradima, raznovrsnom i neprekidnom zabavom, izazovima svake vrste, koji bi njegovu personalnu dokolicu pretvorili bar za kratko u stanje urbano - haotičnog načina života.

„Ovdje je riječ o društvenoj pojavi koja se permanentno ispoljava u određeno doba svake godine i predstavlja takvu masovnost da nekadašnje migracije naroda izgledaju sa sadašnjeg aspekta nešto stvarno marginalno. Upravo ova turistička masovnost predstavlja svojevrsnu demokratizaciju turizma, kojom se ostvaruje njegova humanistička vrijednost. To znači da se turizam približava što većem broju ljudi, njihovom zadovoljenju potrebe za putovanjem i upoznavanjem drugih krajeva i ljudi, njihovih prirodnih ljepota i kultura, zadovoljavanju potrebe za zdravlјem, aktivnošću i

radoznalošću, potrebe za određenim oblicima odmora i razonode, jednom riječju potreba koje je čovjek stekao ili stiče svojim biološkim i socijalnim razvitkom“.²⁸

Ono što ovakvog čovjeka potiče na turističke migracije su blještavila velegrada, buran noćni život, ogromni tržni centri, mega marine i kruzeri i svakako sve vrste zabava, posebno kockarnice kao poseban spoj igre, adrenalinskog naboja i prijatnog okruženja.

²⁸ S. Nikić: *Sociologija turizma i održivi turizam*, FMS, Tivat, 2012. str. 72.

• II-4 Psihološki i socio-kulturni elementi turizma

Turističko tržište je mjesto gdje se sastaju oni koji traže i oni koji nude usluge u turističkoj privredi. Dakle, njegovi konstitutivni elementi su takozvani tržišni subjekti, tržišni objekti i naravno cijena. Kao i druga tržišta, i turističko tržište ima svojih specifičnosti pa se o njemu može govoriti kao o tržištu posebne vrste, tj. tržištu „*sui generis*“, jer i ponuda i tražnja u svom centru imaju čovjeka i prostor.

Sa socio-psihološkog stajališta, boravak turista u nekom mjestu sastoji se od niza „interakcija“ u kojima jedan ili više turista saobraća sa jednim ili više domaćih ljudi uzajamno ispunjavajući svoje potrebe i iščekivanja. To turističko saobraćanje u svojoj biti sadrži nejednakost na socio-ekonomskoj razini jer su i turist i domaćin pripadnici različitih socio-ekonomskih grupa. Domaćin u turisti vrlo često ne vidi radnog čovjeka koji koristi odmor kao nagradu za svoj rad, već sliku o njemu stvara na osnovu procjene njegovog nivoa potrošnje, načina odmora i dužini njegovog trajanja.

Ako se uzme u obzir da između turiste i domaćeg stanovnika postoje različita shvatanja i razlike u mišljenjima koliko novaca bi turista trebao ostvariti u mjestu boravka, koliko vremena bi trebao provesti u tom mjestu, što bi on trebao vidjeti ili kupiti, postaje jasno da dobra i loša volja mogu doći do izražaja za vrijeme turističkog boravka, te da turizam ne mora uvijek automatski pridonositi povećanju razumjevanja među ljudima.

Ipak većina susreta i kontakata turista i domicilnog stanovništva je pozitivna, i kao takva utiče na rast turizma u cjelini. Međutim, da bi se pravilno procijenili potencijalni kako pozitivni tako i negativni susreti i utisci, moraju se kvalitativno razjasniti.

Prvo, socio-psihološko obilježje koje karakteriše turističke susrete je prolaznost i neponovljivost. Ova spoznaja prisutna je kako kod domicilnog stanovništva tako i kod turista. Domaćin je svjestan da turista odlazi prije ili kasnije, a turista zna da će uskoro biti negdje drugdje, zaokupljen drugim događajima i drugim ljudima.

Ovakva spoznaja može prouzrokovati da obje strane zauzmu površniji stav prema međusobnim manama i hirovima. Ona takođe može učiniti svakog učesnika grabežljivim i pohlepnim.

Kao drugo, socio-psihološko obilježje, nameće se potreba za što bržim ostvarenjem svojih potreba i ciljeva, naravno i kod turiste i kod domaćina. Najvažnije usmjerenje turista može biti; vidjeti i doživjeti što više u što kraćem roku. Ako smatra svoja iskustva posebnim i neobičnim turista će postati darežljiviji odnosno skloniji u trošenju svog novca nego što troši kod kuće, ali će ga želja da u što kraćem vremenu vidi što više, učiniti preosjetljivim na manje poremećaje u rasporedu izleta, kašnjenjima ili drugim izmjenama.

Sa druge strane, domaći će biti u situaciji da „sad ili nikad“ priliku iskoristi za brzu ili neplaniranu zaradu, što naravno dugoročno posmatrano ne vodi progresu.

Veoma značajno socio-psihološko obilježje turističkih kontakata je i karakteristična asimetrija u poznavanju mesta posjete između turiste i domaćina. Ovdje je turist u podređenom položaju u odnosu na domaćina. Za razliku od njega domaćin je dobro upoznat sa prilikama i situacijom na tom području i zna što je na raspolaganju turisti, gdje se što nalazi, koji je najbolji i najjeftiniji način doći do toga, koliko je vremena potrebno za što, a sve je to važno za ugodan boravak i potpunu rekreaciju.

Koliko god turist imao dobrih informacija o mjestu svog boravka, uvijek je u deficitu informacija o mnogim praktičnim stvarima. Ova činjenica može stimulisati domaćina na zloupotrebu takve situacije, te pribavljanje brze i neočekivane zarade, što turista može veoma zamjeriti a to je naravno strateški pogrešno.

Četvrto socio-psihološko obilježje koje turistički susreti uključuju je, doživljaj novog iskustva, što najčešće pruža pozitivne osjećaje pogotovo domaćinu. Česta izmjena ljudi sa kojima komunicira, domaćinu, može pružiti mnoge zanimljivosti i stimulacije. Njegova sposobnost u zadovoljavanju najrazličitijih prohtjeva turističke klijentele koja se neprestano mijenja, sigurno pruža vrlo pozitivan osjećaj, pogotovo ako je to u granicama njegovog radnog vremenašto je strateški i dugoročno ispravno.

Što se turista tiče, nova iskustva su uglavnom pozitivna, osim u situacijama kada je pod stalnom vremenskom presijom kao i presijom donošenja odluka o tome gdje ići, što kupiti, gdje ručati itd, uprkos činjenici da su te odluke potpuno nevažne u budućnosti ali od ključnog značaja za to putovanje, kao i opšti utisak o destinaciji.

Osim navedenih socio-psihološko obilježja, kulturni elementi su takođe važan dio strukture turističke komunikacije.

Oni se odnose na ljudske vrijednosti i na razne očekivane, prihvatljive i neprihvatljive forme ponašanja i razlike koje turisti izražavaju u svom ophodjenju sa domaćinom. Od stepena podudaranja vrijednosti i normi domaćina i gosta, zavisit će koliko i kako će se međusobno razumjeti. Činjenica je da su razlike u vrijednostima i normama često značajne čak, i među osobama sa istog područja i iste kulture a pogotovo kada se sreću osobe iz različitih kultura i kada je taj raspon zaista veliki, nesporazumi su mogući.

Tri osnovna tipa komunikacije medju turistima i domaćinima sa aspekta kulturne strukture su:

1. Kulturna struktura turista i domaćina je ista ili veoma slična. (razlika ne predstavlja problem)
2. Kada je ta struktura različita, ali se te razlike dopunjaju ili su integrativne po karakteru. (razlika ne bi trebalo da predstavlja problem, već može imati pozitivan uticaj)
3. Struktura je različita i nepodnošljiva. (objektivna mogućnost za konflikte)

Nesporazume je u svakom slučaju moguće izbjegći, ukoliko postoji na prvom mjestu dobra volja, kao i svijest o turizmu kao dugoročnom i profitabilnom globalnom biznisu, u uslovima rastuće konkurenkcije i rastuće ponude ali i tražnje.

- **II-5 Slobodno vrijeme, društvenost i potrošnja**

U procesu proizvodnje, život u turističkom području, tj. odnos između radnog i slobodnog vremena stanovništva nije razgraničen u istoj mjeri, kao što je to slučaj u industrijskim zonama. To slobodno vrijeme u turističkom području služi „proizvodnji“.

Regionalna slojevitost društveno-ekonomске i socijalno-demografske strukture, prepliće osnovne kulturne obrasce, od tradicionalnog načina provođenja slobodnog vremena, u ruralnim poljoprivrednim krajevima, koja je samo rezidua radnog procesa i vrijeme psihofizičke obnove članova porodice, do modernih obrazaca kulturnog življenja koji su u funkciji industrije slobodnog vremena, usmjerene prije svega na dobit.

Kulturna infrastruktura profesionalnog tipa, masovni mediji, estrade i razne organizacije sportske i druge bi iz slobodnog vremena kao potrošnje izvukli što više u ekonomskom pogledu i društvenom uticaju. Tako pored vrijednosti slobodnog vremena, kao prostora otuđenog čovjekovog života i njegove društvenosti, tj. njegove emancipativne snage da svog posjednika preobražava u drugi subjekt, odigrava se njegova svijesna ili nametnuta kolonizacija, koju forsiraju masovni mediji, u uslovima visoke lične potrošnje. Javni i kulturni prostor sve više počinje služiti sve jeftinijoj rekreativnoj asimilaciji odmaralaca.

Navedeni opis odgovara mnogim lokalitetima u procesu nagle urbanizacije uz masovni turizam, koji pospješuje promjene obrasca slobodnog vremena stanovništva. Zavisno od faze rutinizacije turizma koja se može približiti kritičnom nivou kada slobodno vrijeme stanovništva postaje, zapravo, najneslobodniji dio ljudskog vremena budući da se u funkciji čistog profita odigrava snažan proces akulturacije lokalnog stanovništva i turista, i počinje razlaganje kulturnog identiteta i deformisanje etnoloških vrijednosti.

Ovoj neugodnoj fazi, međutim, prethode mnogi simptomi poremećaja dokolice lokalnog stanovništva, konflikti izmedju raznih interesnih grupa ili slojeva, tzv. kulturni šok, krize i napetosti izmedju stanovnika, turista i privrednika. Kod lokalnog stanovništva dolazi do razlaganja ranijih i uspostavljanja novih običaja i socijalnih navika, pa se tako mijenjaju okupljanja i igre odraslih, vjerski običaji, ili običaji nekim drugim prigodama, a javljaju se novi običaji, nove prigode u kojima se uspostavljaju nove navike. Javljuju se i

nove vrste zabava, igara i okupljanja. Svi oblici tradicionalne društvenosti opadaju, pa i receptivna zabava, najviše uz televizor u kući, kao urbano industrijski tip pasivne zabave. Proširuju se rekreativni oblici bavljenja sportom i kontakt sa prirodom, koja je ipak više rezervisana za gradski elitni dio stanovništva.

Opadanje slobodnovremenskih aktivnosti društvenog tipa, uveliko je povezano sa dopunskim radom radi poboljšanja ekonomске pozicije, što se svakako odražava na kvalitet života.

- **II-6 Uticaj turističke kulture na humanizaciju ljudskih odnosa**

Savremeni svijet je navikao da razvojem novih društvenih, humanističkih i privrednih komponenti, pod uticajem turističkih kretanja, prihvata i nove zadatke kako bi ih njegovao i svoje odnose prema njima svakodnevno unapređivao. Jedno od takvih područja je i turistička kultura koju nameće sve veći razvoj masovnog turizma.

Pod turističkom kulturom se podrazumijeva samo jedan novi segment opšte kulture. Ona je njen integralni dio, ali se u sadašnjoj fazi, dok još nije potpuno definisana i dok nisu strogo utvrđene metode njenog provođenja i usavršavanja, a s obzirom na način nastajanja, posmatra izdvojeno.

Turistička kultura se prvenstveno svodi na kulturu putovanja, kulturu odmaranja i kulturu poslovanja, mada je njena suština mnogo dublja, s obzirom na njene psihosociološke i kulturološke izvore iz kojih je proistekla kao i humanističke ciljeve kojima teži.

S druge strane, turistička kultura, koja proističe iz kulturnih i humanističkih ciljeva, koje turizam kao društvena kategorija u sebi sadrži izaziva nove probleme zbog protivrječnosti koje su u ovoj fazi razvoja turizma nastale između njegovih primarnih i izvornih humanističkih i sekundarnih, ekonomskih ciljeva.

Problemi postaju savakog dana sve aktuelniji, s obzirom na rastući trend turističkih kretanja i s obzirom da je masovni turizam postao nova socijalna kategorija, koja je sa sobom donijela niz novih izazova u svim područjima ljudske djelatnosti.

Odjednom su se nametnula vrlo ozbiljna pitanja u odnosima selo-grad, u prilagođavanju područja za prihvatanje novih privremenih stanovnika, turista, zbog novih i masovnih potreba ljudi na godišnjem odmoru. U neke od tih problema s pravom se ubrajaju, problemi zaštite kulturne baštine i prirodnog ambijenta, problemi ekologije, kao i kriminologije.

Brzi razvoj masovnog turizma podstakao je opšti društveni i ekonomski napredak, afirmisao socijalna prava širokih masa, ali je s druge strane, prihvatajući i primjenjujući duh potrošačkog društva, uticao na velike promjene kod svih onih društvenih institucija,

koje u principu regulišu pravilan tok svih kulturnih i ekonomskih aktivnosti, a čiji su se interesi isprepletali, i doveli do protivrječnosti kod dva osnovna pokretača turizma.

Umjesto da se harmonično povežu i djeluju skladno, humanistički ciljevi, koji bi trebalo da leže u dubini i izvorištu svih turističkih kretanja, pali su u drugi plan pred komercijalnim, profitnim, tj. banalnim materijalnim ineteresima, pa je na turističkom planu došla do izražaja snaga novca, iznad humanističke vrijednosti.

Taj nesporazum u suštini ne predstavlja prirodan odnos. On protivrječi i samom ekonomskom efektu, koji se turizmom ostvaruje. Sigurno je da samo uzajamno povezana i recipročna harmonija između ekonomskih i humanističkih ciljeva i interesa, može pridonijeti opštem društvenom uspjehu.

Upravo turistička kultura svih koji u turizmu učestvuju, turista i turističkih radnika, trebalo bi da se shvati kao jedini aktivni duhovni pokretač, a pod njom se podrazumjeva ukupnost, opšta kultura, kao i skup i stepen navika, spoznaja i postupaka, koje čovjeka ospozobljavaju da vlada i da se snalazi u svim odnosima i pojavama koje nastaju i nameću se putovanjem, prihvatanjem i boravkom u turističkom procesu.

Kako je ranije rečeno, turistička kultura bi se mogla svesti na nekoliko praktičnih područja, kulturu putovanja, odmaranja i poslovanja. Međutim, sva tri oblika bi zasigurno trebalo uključivati intenzitet doživljavanja novih prirodnih i kulturnih ambijenata, kao i razvijanje želje za upoznavanjem bogatstava i raznolikosti u kojima svijet živi, kao i konzumaciju kulturno-rekreativne ponude.

Dublje značenje i veća dimenzija koja se daju navedenim aktivnostima, a koja sačinjavaju temeljne sadržaje turističke kulture, služe ostvarenju humanitarnih ciljeva koje turizam u suštini ima, i na taj način oni pomažu da se čovjek u okviru korišćenja slobodnog vremena, dopunjajući obrazovanje i rekreirajući se na slobodan način, u današnje vrijeme raskoraka između rada i slobodnog vremena, razvija sve više kao harmonična ličnost.

Dosadašnja turistička praksa priznaje vrijednost humanističkih komponenti, pri čemu usput pomaže njihovom razvijanju i usavršavanju. Tako je, na primjer, razvoj turizma u jednom kraju često usko povezan sa bogatstvom kulturne baštine i sa stepenom njene valorizacije, mada su neki primjeri iz SAD-a, Kine a i ostalih djelova svijeta to demantovali. Računajući na to kao na važan atraktivni element turističke privrede potiče

se otkrivanje i prezentacija vrijednih kulturnih objekata, a time se pomaže humanizacija odnosa prema duhovnim i materijalnim vrijednostima.

Kako se turistička djelatnost razlikuje od drugih privrednih grana time što joj je osnovni faktor čovjek, i ponuda se prilagođava čovjekovim potrebama za ugodnim boravkom, tako se smatra da turistička ponuda doprinosi razvijanju humanih međuljudskih odnosa i shvatanja, poboljšanju međusobnog razumijevanja kao i težnji smanjenju međusobnih razlika, socijalnih, kulturoloških i drugih.

- **II-7 Psihološka problematika turističke kulture**

Ako se masovna turistička kultura danas posmatra sa druge strane, primijetit će se da ona ima i svoje negativne aspekte.

Upravo masovnost koja karakteriše savremeni turizam, pri čemu su kao posebna moć prevladali komercijalni interesi, predstavlja realnu i dokazanu opasnost od dominacije onih pojava, koje turizmu oduzimaju plemenitu funkciju. Ona degradira ljudske vrijednosti, koje onemogućavaju čovjeku težnju za istinskim uživanjem i usavršavanjem. To su zapravo one psihosociološke pojave koje se vide i u drugim aktivnostima, posebno na području kulture.

Zato turistička kultura, kojoj je zadatak da na prvo mjesto postavi prave ljudske vrijednosti kao i da sve tokove u turističkim aktivnostima privede tom cilju, iziskuje i psihosociološki pristup.

Sa psihosociološkog stanovišta ističu se tri temeljna uzroka ozbiljnim negativnostima u ponašanju: frustracija, poremećaj u sistemu vrijednosti i popuštanje socijalne kulture.

Frustracija se javlja kao pojava kada se u turističkim sredinama neki pojedinci ili grupe nađu u situaciji da su lišeni mogućnosti da se koriste svim sadržajima primamljive turističke ponude. Osjećaj nejednakosti a time kao reakcija nelagodnost ili protest, posebno dolaze do izražaja tamo gdje se jedan do drugog nalaze objekti koji primaju goste sa velikim razlikama u platežnoj moći.

Osjećaj nelagodnosti, nezadovoljstva, ili neki drugi poremećaj pojaviće se kod skromnog i siromašnog mjesnog stanovništva ako u njihovu dotada netaknutu sredinu dođu gosti koji se razbacuju novcem i drugim vidljivim izrazima bogatstva.

Potreban je visok stepen turističke kulture, prije svega svih turista, pa i onih siromašnijih da se ne prepuste negativnom djelovanju spomenutih razlika, kao i onih sa većom platežnom moći da se ne razmeću svojim obilatim dobrima. Takođe je potrebna i svijest turističkih radnika da shvate kakve poremećaje u psihi mjesnog stanovništva može izazvati neadekvatan objekat u njihovoј sredini.

Poremećaj u sistemu vrijednosti je pojava kada kod jedinke ili grupe istupe u prvi plan negativne ili niže vrijednosti, pa se umjesto uspjeha kao rezultata rada i vlastitih

zalaganja ističu prividne i nezaslužene vrijednosti. Tako posmatrane vrijednosti su najčešće, fizička ljepota, tjelesna snaga, porijeklo i imovinsko stanje. Turizam pogotovo u vrijeme masovnog pritiska raznolikih nacionalnih, klasnih, običajnih i obrazovnih grupa, pogoduje razvijanju takvih pojava, što se posebno vidi prilikom održavanja određenih manifestacija komercijalnog karaktera (npr. Izbor za miss i sl.), a na naročito vidljiv način se ispoljavaju kič i snobizam, dvije pojave izrazito prouzrokovane poremećajima u sistemu vrijednosti.

Kič je izraz težnje za homogenizacijom, ujednačavanjem kulture, prikladan za masovne potrošače, tako da mu izuzetno pogoduje masovni turizam. Kič umnogome ugađa pseudokultrnim zahtjevima, tj. lošem ukusu brojne publike.

Zbog zasićenosti mnogim senzacijama savremenih turista, umjesto autentičnih predmeta i pravih vrijednosti ravnodušno prima konvencionalne predmete i surrogate. Tom poremećenom vrednovanju sklona je kako ona prosječna turistička masa koja nema profinjeni ukus, tako i pojedinci sa profinjenim ukusom, te se tako kič kao proizvod industrijske revolucije, sve više nameće turističkom tržištu.

Turistički radnici širom svijeta skloni su tvrdnji da je na bazi predhodnih teorija nastao i Las Vegas, u državi Nevadi, SAD.

Pod kićem se ne podrazumijevaju samo lažni umjetnički predmeti, nego i one ljudske vrijednosti koje su u masovnoj distribuciji doživjele degradaciju i zadržale samo površinski sjaj, tj. lažni ogrtač koji mami čovjeka jer podilazi njegovoj površnoj mašti. Površna želja mnogih turističkih potrošača, koji bi na lak i brz način htjeli doživjeti duboke vrijednosti, ostvaruju se takozvanim „paketima usluga“, tj. brzim i površnim konzumiranjem kulturnih i prirodnih bogatstava atraktivnih krajeva.

Taj poremećaj je u sistemu vrijednosti uzrokovan najčešće nižim kulturnim nivoom turističkih radnika, koji veću pažnju pridaju tržišnoj, tj. prometnoj vrijednosti turističkih atrakcija, zanemarivajući njihove upotrebljive humanitarne vrijednosti s jedne strane. Sa druge strane to je uzrokovano težnjom, a nerijetko i strategijom za što nižim troškovima i većim i bržim konzumacijama, makar i površnim, što većeg broja turističkih atrakcija u svrhu prestiža.

Tu se svakako izdvaja i snobizam kao pojava na svim nivoima savremenog društva, naročito gdje za to postoje pogodni socijalni uslovi. Snobizam je za razliku od kiča, težnja pojedinaca ili grupe da se izdvoje iz prosječnosti, i da dostignu više kulturne

ciljeve. Nažalost, to je tek sekundarni motiv. Primarni motiv je ostvarenje društvenog prestiža, i karakterističan je za one slojeve društva koji nisu zadovoljni svojim društvenim položajem, te se žele na neki način izdvojiti od mase sa prosječnim ili nižim društvenim položajem.

Turizam kao masovna društvena pojava, koja svojom prirodom, tj. mogućnostima korištenja skupljih ili jeftinijih usluga, rangira ljudе po društvenom prestižu i time pruža velike mogućnosti za njegovanje i stimulisanje raznih snobovskih ponašanja.

Često se turističke manifestacije snobovskog mentaliteta, ogledaju u gradnji super luksuznih kuća za odmor, plovidbom supermodernim i predimenzioniranim jahtama, boravkom u luksuznim i skupim ljetovalištima, organizacijom određenih formi „slatkog života“, i sl.

Turistička kultura kao sredstvo kojim se mogu spoznati i prevladati te lažne vrijednosti nalazi se pred teškoćama zato što turistička privreda smatra kič važnim faktorom turističke ponude, a snobizam primamljivim pokretačkim činiocem u turizmu.

Raspravlјajući o turističkoj kulturi i njenim izazovima, ne smije se zaboraviti činjenica da je turizam ekomska djelatnost, te da su ekonomski ciljevi i maksimizacija profita u središtu pažnje turističkih radnika. Ono o čemu bi ti turistički radnici morali da vode računa je održivi razvoj i tada se u fokus uz ekonomске ciljeve vraćaju i turistička kultura i druge oblasti kao što su psihologija, ekologija, urbanizam. To se posebno odnosi na destinacije kakva je Crna Gora, gdje je turistička sezona kratka a prostor ograničen. Ciljevi takve destinacije su najčešće projektovani tako kako bi se stvorili uslovi za razvoj novih vidova turizma u cilju produženja turističke sezone i maksimiziranja kapaciteta u vansezoni. Za ostvarenje tih ciljeva je potrebno naći finu liniju koja razdvaja turističku kulturu od nekulture, prirodu od kiča, snobizam od elitizma.

• II-8 Slobodno vrijeme i čovjekova potreba za igrom i kockanjem

Igra je iskonska ljudska potreba. Ona nam je usađena već rođenjem i kao takva predstavlja naš način izražavanja. Kasnije se kroz život često upražnjava, kod nekoga više, kod nekoga manje, a jedino vrijeme u kojem se ona može odigrati i upražnjavati je slobodno vrijeme.

Platon i Aristotel bavili su se problematikom igre još u doba stare Grčke. Istina je da oni ovom fenomenu nisu pridavali najvažniji značaj ali daleko od toga da su ga omalovažavali. Platon je, veći značaj davao ideji nego igri, ali isto tako tvrdio da mladi putem igre i muzičkog vaspitanja uspostavljaju određene zakonitosti koje im omogućavaju da sagrade ono što su prethodne generacije porušile.

Aristotel je povezivao igru i rad i ukazivao na potrebu korištenja igre u cilju odmaranja, u cilju obnavljanja radnih sposobnosti što se prema njegovom mišljenju jedino moglo dešavati u trenucima igre, a ne, recimo, dokolice.

Proučavajući fenomen igre, ranije pomenuti sociolog Eugen Fink je primjetio je da naš dan traje 24 sata. Od tog vremena mi oko trećinu potrošimo na spavanje, trećinu na završavanje onih normalnih svakodnevnih radnih obaveza, a trećina nam ostaje da ga ispunimo posvećujući se porodici, i zadovoljavanju onih životnih potreba zbog kojih i radimo.

Živimo u XXI vijeku, vijeku u kojem su mašine stavljene u funkciju preuzimanja velikog dijela naših svakodnevnih radnih aktivnosti. Ta činjenica radnom čovjeku, ostavlja mogućnost da koristi veći dio slobodnog vremena. Međutim, istovremeno one su prouzrokovale jedan novi društveni fenomen, fenomen koji se zove višak slobodnog vremena. Pred čovjekom se tu postavlja problem njegovog ispunjavanja. U tom smislu Fink i ističe da je razlika između praznog vremena i stvarnog ispunjenog slobodnog vremena upravo u tome da li je ili nije ono ispunjeno igrom, da li predstavlja obično besposličarenje ili podrazumjeva neku našu aktivnost u kojoj je sadržana igra. Pri tome, on kao najveći nivo na tu hijerarhijsku ljestvicu igre stavlja umjetnost, odnosno onaj dio

kada stvaramo, da li baveći se književnošću, sportom, muzikom ili slikarstvom.²⁹ Vrlo interesantno je da slikarstvo u ovoj konstalaciji smatrano najnižom vrstom. Čak je i veliki Leonardo da Vinči smatrao slikarstvo najnižom vrstom umjetničkog izraza.

U tom slobodnom vremenu koje ima čovjek u stvari ima i tu slobodu igre, koja nije samo utopijsko shvatanje i nešto čime ispunjava prazninu u toku dana, već prije svega predstavlja i onaj bijeg u nestvarno, onaj dio u kojem se regenrišu snage, bježi od nekih svakodnevnih briga i problema.

Problemom fenomena igre sem Eugena Finka bavio se i Niče. On sa punim pravom ističe da su dvije najznačajnije igre ona stvaralačka i dječja igra. Niče u svome pridavanju značaja igri ide toliko daleko da tvrdi da su najteži zadaci koji su se pred njim postavljali najlakše rješavali onda kada ih je doživljavao kao igru.

Potpuno isto stanovište kao Niče imao je i Karl Marks, kao i holandski sociolog Huizinga, koji se slaže sa njima, ali pravi i jednu novu podjelu u okviru igre pozivajući se na staru Grčku i bogove. On ističe da nije svaka umjetnost jednakovrjednovana već da su čak i stari Grci različitim oblicima umjetnosti davali različiti broj i značaj muza. Pri tome su kao najznačajniji oblici uzimani muzika, ples i pjesništvo kojima je dodjeljivano mnogo muza, pod patronatom Hefesta i Atene, dok, recimo, likovnoj umjetnosti nije data niti jedna.

²⁹ Ibid: str. 50-60.

III TURIZAM KOCKE, ZABAVE I IGRE KAO SPECIFIČNE TURISTIČKE PONUDE, KOMPARATIVNA ISKUSTVA

- III-1 Las Vegas, grad kocke i zabave**

„Las Vegas se nalazi u pustinji Nevade okružen apsolutno ničim“.³⁰ Njega su Mormoni, a nešto prije njih i Indijanci, kao i španski osvajači, označili kao prostor bogat vodom i idealno odmorište za karavane. Krajem devetnaestog i početkom dvadesetog vijeka postao je značajno željezničko čvorište. Zahvaljujući vlasniku željeznice senatoru Montane, Williamu Andrews-u, Las Vegas je formiran 15. Maja 1905. godine.

Nevada kao polednja američka država koja je zabranila kockanje, 1910. godine, postala je prva država ilegalne kocke, koja je trajala čak do 1931. godine, kada je ponovo legalizovana. Legalizaciju kocke u Nevadi odobrio je rančer Phil Tobin, koji nije imao interes za kockanje, i nikada nije posjetio Las Vegas. Razlog legalizacije bio je prikupljanje poreza od kocke kako bi se obezbjedila sredstva za škole. Do današnjeg dana 43% budžetskih sredstava Nevade dolazi od poreza na kocku, a 34% iz budžeta opredjeljuje se za školstvo.

Te tridesete godine, ili godine velike depresije u SAD-u, za Las Vegas su bile veoma značajne, pogotovo zbog pomenute legalizacije kocke, obnove željeznice, kao i izgradnje „Hoover Dam“, hidroelektrane na rijeci Kolorado, koja je udaljena od Las Vegasa oko trideset milja.

Za vrijeme drugog svjetskog rata hotelijer Tommy Hull ogradio je prvi mali hotel „El Rancho“. Uspjeh „El Ranga“ podstakao je na izgradnju sličnih hotela, duž trase puta ka Los Angelesu, koja je danas poznata kao „Las Vegas Strip“, pa su tako nastali hoteli „Frontier“, „Thunderbird“, koji i danas postoji kao „Aruba hotel i Spa“. Najpoznatiji od svih, preteča današnjih mega hotela, je hotel koji je izgradio Benjamin „Bugsy“ Siegel, mafijaški bos, i nazvao ga „Flamingo“. Hotel je otvoren u novogodišnjoj noći 1946. godine, osvjetljavanjem džinovskog svjetlećeg znaka ptice Flamingo pink boje, koja je i danas jedan od simbola Las Vegasa. Hotel „Flamingo“,

³⁰ Đ. Čomić-Lj. Kosar-S. Štetić: *Globalna fuga, Globalizacija postmodernog turizma*, D.P. Đuro Slaj, Beograd, 2001. str. 38.

postoji i danas, obnovljen i modernizovan, i sada je dio poznatog lanca „Hilton“. Njegov osnivač nije bio tako dugovječan. Ubijen je šest mjeseci nakon otvaranja, u svojoj vili na Beverly Hills-u u Kaliforniji.

Flamingo je od početka bio drugačiji hotel od svojih prethodnika i za razliku od njih njegov stil je bio stil resort hotela koji su kao takvi već postojali u Majamiju na Floridi.

Pedesete godine prošlog vijeka, donijele su pravi građevinski bum u Las Vegas, tako da je tih godina izgrađen „Desert Inn“ hotel, zatim „Sahara“, pa „Sands“, „Riviera“, prvi hotel na Stripu od devet spratova, sa fantastičnim pogledom na grad i pustinju, u čijoj su koktel i densing sali uživali ne samo gosti, nego i gradjani Las Vegasa, kao i mnoge slavne ličnosti toga doba.

„Hacienda“, „Tropicana“ i „Stardust“ su takođe neka od imena hotela nastalih tih pedesetih godina, na Stripu, dok je „Moulin Rouge“ hotel nastao u predgrađu u kome je živjela crnačka populacija, koja u to vrijeme nije bila dobrodošla na Strip, a njegov vlasnik je kasnije postao i Joe Louis, svjetski bokserski šampion.

Sezonski efekat, i slabija popunjenošt hotela u zimskom periodu, već tada je natjerala gradske vlasti da izgrade konferencijsku dvoranu koja bi otvorila mogućnosti organizacije velikih skupova, pa je tako 1959. godine otvorena dvorana od 1,6 miliona kvadratnih stopa, koja je i do današnjeg dana jedna od najvećih jedno-spratnih građevina na svijetu, kroz koju godišnje prodje više od 2 miliona kongres posjetilaca od ukupnog broja od preko 30 miliona posjetilaca Las Vegasa.

Osim kocke, Las Vegas je poznat i po drugim vrstama zabava. Još je „El Rancho“ šetrdesetih godina pružao druge vrste zabava, kao što su živa muzika, ples, striptiz, kabare itd.

Prvobitnom bumu, Las Vegas, doprinijela je i „no“ strategija, tako što je čarobna riječica „no“, tj, ne, bila prefiks koji je oslobođao građane i posjetioce mnogih limita. Nevada je u to vrijeme oslobođala svoje preduzetnike, građane i posjetioce od poreza na dobit, trgovačke takse, raznih ograničenja, kao što su ograničenje brzine, ograničenje čekanja na dozvolu za sklapanje braka, kao i razna ograničenja u kocki. Kao takav Las Vegas je privukao veliki broj doseljenika, i postao veoma atraktivna turistima željnim avanture, kocke i zabave.

Slot mašine su uvedene sedamdesetih godina prošlog vijeka. Od tada počinje tehnološka revolucija u kazinima, koja traje do današnjeg doba visoke tehnologije.

Konkurenciju koju je Las Vegas dobio, legalizacijom kazina u gradu Atlantik Sitiju u državi Nju Džersiju, natjerala je vlasnike kazina na strukturne promjene, koje su se ogledale u početku izgradnje megarezorta. Prvi od njih bio je „Circus Circus“ (3793 sobe) hotel u kome je početkom sedamdesetih godina otvoren prvi zabavni park za djecu, a devedesetih godina dograđen je tematski vodeni park čija je svrha bila da osim odraslih, kocki orjentisanih gostiju, privuku i njihovu djecu, to jest kompletну porodicu. Danas, „Adventuredom“ u njegovom sklopu predstavlja neku vrstu malog Diznilenda.

Na Stripu, kao pečurke poslije kiše počinju da se redaju mega hoteli, a svaki od njih se specijalizovao za jednu ili više interesantnih tema, te su tako sami hoteli postali turističke atrakcije.

„Mirage“ sa 3.049 soba, poznat je po svom mini zološkom vrtu sa jedinstvenim bijelim tigrovima i bijelim lavovima, staklenim akvarijumom sa ajkulama iznad recepcije, te vještačkim vulkanom koji na svakih 15 minuta ima erupciju i izbacuje lavu i na kraju golf igralištem sa dvadeset hiljada posadjenih unikatnih stabala donesenih iz Kalifornije i Arizone.

U neposrednoj blizini je i „Treasure Island“, tematski hotel sa 2.900 soba, ispred koga se, tik uz „Strip“, odigrava britansko-piratski boj u „Buccaneer Bay“, u kojem se sa dva broda topovskim kanonadama, svakih dva sata oglašava početak spektakularne bitke koja u trajanju od dvadesetak minuta dočarava davnu prošlost i privlači milione posmatrača godišnje. U ovoj predstavi učestvuje tridesetak kaskadera i raznih izvođača, a u istom gusarskom stilu obućeno je i kompletno osoblje hotela na čijem ulazu stoji natpis „Ili ste sa nama, ili ste protiv nas“. Ovaj hotel je takođe poznat po atrakciji - čuvenog „Cirque de Soleil“ koji predstavlja dramatičan mix ulične zabave i cirkuske umjetnosti ali i po zabavnom parku video igrica „Mutiny Bay“.

Ovaj grad nema logike, nema prirodnih resursa, osim vode, i ništa zanimljivo nije u blizini. Baš taj paradoks omogućio mu je da stvori sve i postane najveći vještački turistički centar svijeta. U njemu danas „živi 1.200.000 stanovnika, a u užem jezgru grada oko 418.000 ljudi i svake godine se doseli novih 70.000 ljudi. Godišnje ovaj grad posjeti nešto oko 30 miliona turista od čega skoro 15% čine stranci. Na njegov

internacionalni McCarran aerodrom dnevno sleti do 800 aviona sa u prosjeku 80.000 putnika“.³¹

Hotel „Excalibur“, koji je imenovan po maču Kralja Artura, izgrađen je početkom devedesetih godina, u stilu srednjevjekovnog zamka sa 4.032 sobe. Osim kockarnice, koja dominira u prizemlju, neki spratovi su korišteni za zabavu djece, koja su u mogućnosti da uživo posmatraju srednjevjekovni boj konjanika kopljima i mačevima. Taj spektakl nazvan je „Turnir kralja Artura“.

Osim povratka u srednji vijek i u doba vitezova, a kasnije i gusara, šetajući Stripom, iz kvarta u kvart, gost svakog trenutka može osjetiti da se nalazi u drugom gradu ili državi. Smjenjuju se Egipat – hotel „Luxor“, pa hotel „New York-New York“, hotel „Paris“, hotel „Venetian“ a nešto dalje je i hotel „Rio“.

„Ceasars Palace“, hotel sa 3695 soba, izgrađen je u grčko-rimskom stilu još 1966. godine i predstavlja prethodnicu tematskih hotela u Las Vegasu. Pored brojnih kopija antičkih statua centuriona, Cezara, Kleopatre, Davida i drugih, u blizini ulaza smještena je i rotunda na kojoj se nalazi minijaturna kopija antičkog Rima, kako je izgledao prije 2000 godina. Na sredini između dvije hotelske kule nalazi se tačna kopija Mikelandjelovog Davida visine 5,5 metara, izrađena od mermera iz Karare od kojeg je napravljena i originalna statua.³²

Na početku Stripa nalazi se hotel „Luxor“ (slika 1.) ima 30 spratova i 4.496 soba. Ime potiče iz drevnog grada u Egiptu, a oblik piramide savremeno urađene u staklu je kopija čuvene Tutankamonove grobnice. U podnožju hotela je atrakcija zvana delta Nila, u kojoj turisti mogu doživjeti krstarenje rijekom kroz dolinu piramida, posjetiti „Tutankamonovu grobnicu“, ili ručati u jednom od restorana koji nose nazine Amon Ra, Izis, Faraon i sl . Na vrhu hotela postavljen je najjači svjetlosni snop na svijetu, koji je vidljiv iz čak 250 milja udaljenog Los Angeles-a i dostiže visinu od 16 kilometara . Sve u i oko hotela odiše istorijom i drevnom kulturom Egipta, tako da je zaista teško napustiti ovaj hotel, stalno isčekujući neko novo ushićenje.

Kada turista ipak izade iz ovog hotela na Strip i uputi se pored „Excalibura“-a u pravcu jugo-zapada, prođe pored hotela „New York-New York“ i njegovih nebodera, „Empire State Building“ i „Statue of Liberty“, nailazi na „Grand MGM“, donedavno

³¹ Ibid: str. 38.

³² Ibid: str. 41.

najveći hotel na svijetu sa 5.005 soba sa sportskom dvoranom u kojoj se održavaju najprestižniji boks mečevi, restoranima iz svih krajeva svijeta, atrakcijama poput lavova u staklenom tunelu, stalnog šou programa Elvisa Pristlija itd. U ovom hotelu se nalazi i najveći Kazino u Vegasu od 16.000 kvadratnih metara.

Las Vegas nikad ne spava, bar tako tvrdi lokalno stanovništvo koje je uglavnom zaposleno u hotelima, turističkim agencijama, rent-a-car agencijama, a poneko se bavi i „najstarijim zanatom“.



Slika I. „Istorija i kultura“ u pustinji Nevade, Hotel „LUXOR“ Las Vegas, USA

Kako bi posjetioci, u prvom redu kockari, ostali budni cijele večeri i sa više ili manje uspjeha i zadovoljstva trošili svoj novac, hotelijeri su se pobrinuli da s vremena na vrijeme u kockarnice ubacuju kiseonik koji okrepljuje umorne i budi pospane. Ova infomacija je jedna od dobro skrivenih javnih-tajni ovog grada zabave i poroka, pa je kao takvu nemoguće potvrditi ili opovrgnuti.

Od tematskih hotela treba pomenuti još neke kao što su „Mandelay Bay“ 3.700 soba napravljen u tropskom stilu, „Monte Carlo“ sa 3.014 soba, čija je tema čuveno mondensko ljetovalište na Azurnoj obali, hotel „Paris“ sa 2.900 soba, sa Ajfelovom

kulom, činjenica, upola nižom od originala, ali i sa pogledom na Operu, Luvr, Trijumfalnu kapiju, Šanzelize, Senu i sve atrakcije Pariza na jednom mjestu.

Na kraju ove kratke šetnje niz „strip“ treba pomenuti i dva izuzetna hotela sa temama iz Italije. To su „Bellagio“ i „Venetian“. „Bellagio“ je dobio ime po istoimenom mjestu na jezeru Komo u Italiji, tako da je uz sami „Strip“ napravljena replika jezera, iz kojeg na svakih pola sata izranja fantastično uradjena fontana koja čarobnom kombinacijom raznobojne svjetlosti i vodenih snopova prati tonove najpoznatijih muzičkih numera svijeta, a posjetioci bukvalno ostaju bez daha i ushićeni napuštaju ovaj spektakl. Po informacijama od hotelskog osoblja sama fontana koštala je preko 11 miliona dolara (slika 2.)

O temi „Venetian“-a, ne treba govoriti mnogo, jer ime samo po sebi sve govori. Pjaca Svetog Marka, duždeva palata, Ponte Rialto, gondole i Kazanova, te umjetnost i kultura Venecije su teme ovog megahotela od 6.000 kreveta.

Ono što ga čini drugačijim od ostalih je novi koncept predstavljanja umjetnosti kroz muzejsku postavku koja u saradnji sa američkim Gugenhajmom muzejom i ruskim Ermitažom svake godine organizuje izložbe remek dijela iz stalne postave ova dva svjetska giganta.

U Las Vegasu su mnoge stvari jedinstvene, pa uz pomenute tematske hotele, čija kazina rade 24 časa dnevno, u kojima u malom možete vidjeti svjetske atrakcije, puno je naizgled sitnih ,ali turistima veoma važnih, pojedinosti koje čine jedinstveno turističko-poslovnog i marketing miksa koji se primjenjuje u ovom gradu svetlosti i reklama.

Turista u istoj sobi ili apartmanu može boraviti po veoma niskoj cijeni kada je mala potražnja, ili po skoro deset puta većoj, kada je potražnja velika, kao u vrijeme održavanja velikih konferencija, sajmova itd. Za par dolara turista može obilato doručkovati ili ručati na bazi „open bara“ koji je jedan od originalnih postavki Nevade. Za svega 7 do 15 dolara po osobi, turisti mogu probati svjetske specijalitete sa stola (u Evropi se to naziva Švedski sto) dugog i po nekoliko desetina metara. Japanski suši, kineski sečuan, meksički burito, američki T-bone steak, italijanska pica, ili ruski kavijar, dostupni su u neograničenim količinama. Ipak gratis piće je nešto što najviše prija ljubiteljima kapljice i strastvenim kockarima. Dok god se kocka, gost sve vrijeme ima pravo na besplatno piće po želji, koje atraktivne konobarice služe frekvencijom i u

količinama koje zavise od stola za kojim se kocka, to jest od veličine uloga. Vrsta pića i njegov kvalitet takodje zavisi od uloga na stolu ili slot mašine.

Las Vegas karakterišu i tematski restorani koji čine posebnu turističku atrakciju pa tako turista može ručati u „Hard Rock Cafe“-u uz zvuke rokenrola, u „Planet Hollywood“-u uz mogućnost da tog dana vidi nekoga od vlasnika poznatih glumaca, ili u „Rainforest Cafe“-u u ambijentu tropске šume, egzotičnih ptica, vodopada i munja.³³

Sve nabrojeno uz obilje drugih povoljnosti čini da s vremena na vrijeme u Las Vegasu nije moguće naći slobodnu sobu iako se procjenjuje da ih ima više od stotinu hiljada.

Ovako koncipiran Las Vegas, privlači kako kockare iz čitavog svijeta, tako i porodice sa djecom, poslovne ljude, avanturiste, mlade bračne parove koji dolazak u ovaj neobični grad često iskoriste za ceremonijal brzog vjenčanja. Kapele za vjenčanje se nalaze skoro u svakom kvartu, a vjenčanja u njima se odvijaju kao na fabričkoj traci, jer se dozvole za vjenčanja dobijaju brzo bez velikih administrativnih problema.

Velike korporacije i industrije, godišnje konvencije i sajmove često organizuju u Las Vegasu. Porodična slavlja, zlatne svadbe i rođendani se takodje često priredjuju u ovom gradu svjetlosti. Starije ljude dovode jeftini charter aranžmani posebno organizovani za turiste „trećeg doba“, a koncerti svjetski poznatih zvijezda privlače veliki broj mladih i sredovječnih. Svaki turista u tom gradu kocke, bio sklon ovoj igri ili poročan, teško može odoljeti a da ne okuša sreću za kockarskim stolom ili bar slot mašinom. Slot mašine su tako strateški postavljene po koridorima sa najvećom frekvencijom ljudi, da svaki dobitak koji je popraćen veoma glasnim zveckanjem kovanica novca ili žetona, stvara neutoljivu želju da se uloži i poslednji dolar iz džepa.

³³ Ibid: str. 45.



Slika II. Hotel „Bellagio“ noću. Las Vegas, USA

Ljudske strasti su, reklo bi se u ovom gradu i ovoj industriji kocke i zabave proučene do detalja, a negativan uticaj poraza za kockarskim stolom se na neki način nadoknađuje besplatnim šou programima, jeftinom hranom i smještajem, tako da niko ne odlazi nezadovoljan, a prazan džep se pravda mnoštvom utisaka.

Ovaj grad živi 24 sata dnevno, kazina su otvorena cijeli dan i noć, raznih šou programa je na svakom koraku kao i drugih vrsta zabave kojoj je ovdje sve podređeno, pa turista uvijek stiče utisak da nije sve vidio ili doživio, što ga tjera da se ponovo vrati ovdje usred pustinje Nevade i za trenutak zaboravi životnu stvarnost.

Tako ovaj „grad iluzija“ i „Sin City“ (grad grijeha), ignoriše kako sopstvenu pustinjsku okolinu, tako i okolinu generalno, svedenu na rastuću nezaposlenost, društvenu nepravdu, i kriminal, pružajući takozvani „nerizični rizik“, čime teško dostupne kulture i gradove, čine bliskim i dostupnim za jedan širi društveni sloj.

- **III-2 Diznilend, grad igre i mašte**

Koncept zabavnog parka Diznilend nastao je jedne nedjelje dok je Volt Dizni sjedio u Grifit parku u Los Andelesu sa svojim čerkama Dijanom i Šeron. Njegova ideja je bila jednostavna - da napravi mjesto gdje mogu da uživaju i odrasli i djeca. Ovom njegovom snu je trebalo mnogo godina da postane stvarnost. Tokom godina Volt Dizni je primao hiljade pisama od svojih obožavatelja koji su posjetili Dizni studio, ali je sve vrijeme smatrao da on tim ljudima ne nudi sve što bi oni željeli. Relativno brzo je napravio "Miki Maus park", u kome je jedina atrakcija bila kratka vožnja brodićem.

Nekoliko godina kasnije Volt Dizni je unajmio konsultanta Harisona Prajsa, čiji je zadatak bio da odmjeri potencijal teritorije na kojoj bi kasnije bio napravljen zabavni park. Potom je kupio 730.000 kvadratnih metara zemlje u Anahajmu. Dizni je kreirao šou pod imenom "Diznilend", koji je emitovan na TV-u da bi svoju ideju pokazao ljudima.

Izgradnja parka počela je 18. jula 1954. godine i koštala je 17 miliona dolara, a park je otvoren godinu dana kasnije. Međutim, otvaranje parka nije prošlo tako glatko. Park je bio prepun, a svi prilazni putevi su bili tijesni da prime sve novinare i posjetioce koji su dolazili. Temperatura je bila neočekivanih 38 stepeni, sistem za vodu je zakazao, a asfalt koji je bio postavljen prethodno veče bio je još uvijek mekan, tako da su mnoge ženske cipele ostale u njemu. Trgovcima je ponestalo hrane, a gas je curio u jednom dijelu, zbog čega je zatvoreno više od dvije trećine parka. Park je dobio toliko loših kritika da je Volt Dizni pozvao novinare da se vrati sljedećeg dana. Taj poziv je rezultirao onim što je Diznilend danas.

Od tada pa do 1990. godine taj park je posjetilo oko 300 miliona posjetilaca, pa su na bazi takvog interesovanja nikli Dizni parkovi u Orlandu na Floridi u Japanu, Hong Kongu i Parizu. Uz zabavu u samom parku, Diznilend koncept nudi i smještaj u hotelima u neposrednoj blizini, za one koji žele da park posjećuju nekoliko dana zaredom, jer je jedan dan nedovoljan da se obiđu sve njegove atrakcije. Unutar samog parka je veliki broj tematskih restorana koji nude sve vrste hrane od brze do one vrhunskog kvaliteta.



Slika III. Disneyland noću , Anaheim , California – USA

Koncept Diznilenda je takav da na malom prostoru nudi veliki broj raznovrsnih atrakcija koje omogućavaju putovanje kroz prostor i vrijeme. Tako se u istom danu i na istom mjestu može otici iz zemlje u zemlj, iz sadašnjosti u prošlost ili u budućnost i iz stvarnosti u svijet mašte. Tu se oživljavaju animirani junaci, sreću kraljevi i vitezovi, putuje svemirom, uživa u šou programima, paradama, brzim vožnjama. Sve se to odvija zahvaljujući novim tehnologijama, 3D i 4D virtuelnom stvarnošću, hologramima, hidrauličnim kulisama i daljinski upravljanim kompjuterizovanim uredjajima, ali sam koncept nestvarne stvarnosti, datira od starih Grka i Rimljana.

Igre su samo još jedna od komponenti masovne kulture. Naime, igra ne predstavlja samo glavni aspekt masovne kulture, u smislu latinskog “panem et circenses” (hleba i igara) i turizma, bez kojeg je nezamisliva ova djelatnost, nego kao kategorija ljudskog bivstvovanja svakako prevazilazi ove dvije svoje pojavnosti i predstavlja samu bit ljudskog postojanja.³⁴

³⁴ Ibidem.

Prisjetimo se da su u starom Rimu organizovane zabavu za mase “panem et circenses“ (hleba i igara) i na taj način narodne mase držane u pokornosti, dajući im na trenutke mogućnost da se osjećaju slobodni i zadovoljni. Na taj način su ih zapanjivali moćima i kod njih izazivali jake emocije. Za to vrijeme, mudracima i vladarima je bilo važnije da vode intelektualne razgovore, razmišljaju, a od društvenih igara su igrali šah ili bridž.

Kasnije se ta vrsta zabava odvijala kroz cirkuske predstave, zatim zoo i luna parkove, karnevale i maskirane zabave, konjske trke, parade i defile itd.

Diznilend je tako jednu staru ideju uspio da razvije do vrhunca i prilagodi je potrebama današnjice, da posjetioci ne budu samo pasivni posmatrači kao nekada, već aktivni učesnici u tom putovanju kroz ogromno vrijeme i prostor, u kratkom vremenu i na malom prostoru. Američki antropolog Moore smatra de je Diznilend vrhunac u svojoj oblasti, odnosno da se radi o ograđenom prostoru sa kontrolnim ulazima koji je potpuno odvojen od svakodnevnog života sa specifičnim ritualima za one koji ga posjećuju a koji su potpuno nesvesno pozajmljeni od centra hodočašća Meke. To je hram za turiste cijelog svijeta u kome, za razliku od religioznih hramova, ne vlada religija, već magija i fantazija. Zamkovi i ulice Diznilenda, vraćaju posjetioce u nostalgičnu prošlost, dok je budućnost u samom parku nešto manje atraktivna, a razlog tome je u prvom redu brz razvoje tehnologije kojom je u velikoj mjeri prevazidjena predstava o budućnosti, tj. sjutra je postalo juče, pa je “Tomorrowland” u samom parku, ironično nazvan “Yesterdayland”.³⁵

Poslednja atrakcija Diznilend koncepta je “Disney cruise line”, koja na svojim luksuznim kruzerima “Fantasy”, “Dream”, “Magic” i “Wonder”, čarobni svijet mašte i igre, prenosi od luke do luke, Kariba, Bahama, Aljaske, Sjeverne i Južne Amerike i Evrope.

³⁵ Đ. Čomić-Lj. Kosar-S. Štetić: op. cit., str. 28-32.

- **III-3 Analiza kazino turizma u gradu Deadwood, South Dakota**

Turizam kocke i igre u Sjedinjenim američkim državama je počeo na vrlo intresantan način, u pojedinim državama i djelovima država koje do tada nisu imale karakter turističke destinacije. Legalizacija kocke kao turistička ponuda, započela je u državi Nevadi još 1931. godine, u državi New Jersey 1976. godine, i pokazala se kao činilac razvoja malih i nerazvijenih područja koje je do tada karakterisala visoka nezaposlenost i regionalna zaostalost.



Slika IV. Deadwood, South Dakota USA – glavna ulica

“Tri mala rudarska grada u Kolorado su 1991. godine otvorili su kazina, dok su na brodovima na rijeci legalizovana kazina u državama Ajova, Ilinoi, Misisipi, Luiziana, Misuri i Indiana izmedju 1989. i 1993. godine. Slične kazino-igraonice, u indijanskim rezervatima širom SAD-e otvaraju se sve više i sve brže poslednjih godina.”³⁶

³⁶ N. P. Nickerson: *Annals of Tourism Research*, Vol 22. NO. 1. 1995 str. 53-54.

Uticaj kazino turizma na razvoj malih sredina, sa svim pozitivnim i negativnim efektima, bio je predmet studije Norme Polowitz Nickerson, asistenta profesora turizma na koledžu za biznis, Univerziteta “Black Hills State”. Ta istraživanja su rađena na specifičan način kroz proučavanje novinskih članaka koji su tretirali razne aspekte i efekte tog specifičnog vida turizma u malom rudarskom gradu Deadwood u Južnoj Dakoti³⁷ od kojih su neka vrlo interesantna i univerzalno primjenjiva.

Deadwood, rudarski gradić u Južnoj Dakoti, je dane slave doživio još kasnih godina devetnaestog vijeka, kada je u gradu počela da vlada zlatna groznica. Tada su u grad osim rudara, kojima je grad bio najinteresantniji, počeli da dolaze i ljudi drugih profesija, trgovci, novinari, doktori, advokati, ali i striptizete, kockari i ljudi sumnjivog morala. Svakodnevna ubistva, postali su pojava sa kojim se ovaj gradić susretao sve češće i sve više, a žrtva jednog ubistva 1876. godine postao je i lokalni šerif, dok je igrao poker u salunu na glavnoj ulici Deadwooda.

Kocka je u ovom gradu zabranjena mnogo godina kasnije, tačnije 1947. godine, i tada gradić koji je i dalje bio interesantan rudarima počeo je da bude postepeno napuštan što je kroz vremenski period od nekoliko godina prepolovilo broj stanovnika sa 4 na 2 hiljade.

Referendumom provedenim 1988. godine, u nadi da će ponovo postati “Stari Zapad”, ponovo je legalizovana kocka, limitiranog karaktera, a već sledeće godine otvoren je prvi kazino sa pokerom, blek džekom i slot mašinama. To je urađeno sa ciljem da se vrati stanovništvo i posjetioci, to jest da se privuče svježi kapital, te da se revitalizuje grad, kao u “stara dobra vremena”.

Ovu revitalizaciju grada, baziranu na kocki i turizmu, pratili su i novinski članci, pogotovo tri, za ovu oblast relevantna lista i to : “Lowrence County Centenial”, “Queen City Mail” i “Rapid City Journal” u periodu od 1. januara 1987. do 15. oktobra 1991. godine.

Od svih članaka, izdatih u ovom periodu u pomenutim pisanim medijima, skoro trećina (32%) bavila se ekonomskim temama, a 21% pitanjima regulative, 19% pitanjima novih inicijativa, 15% logistikom i planiranjem a 13% tema su bile vezane za negativnost koju ova gradska strategija sa sobom nosi.

³⁷ Ibid: str. 53-65.

Ekonomskim temama dominirao je rast prihoda koji je u prvoj godini od legalizacije kocke dostigao čitavih 27,2 miliona dolara, dok je u isto vrijeme naplaćeno preko dva miliona dolara po osnovi poreza. Rast vrijednosti nekretnina od 300 hiljada do preko million dolara za nekretnine koje su vrijedile samo mali dio toga samo par godina ranije, kao i rente koje su porasle više nego duplo, dovelo je da potražnja nadmaši ponudu, i pored rasta smještajnih kapaciteta od preko 175%.

Veleprodaje i ukupna trgovina, kao i restorani, su znatno podigli nivo svog poslovanja za preko 200%. Ovaj trend rasta, ipak, nije zaživo u svim trgovinskim sferama, a u nekima je čak imao i pad, o čemu su lokalni listovi rijetko izvještavali.

Pozitivan ekonomski trend se osjetio i u okolnim gradovima a na bazi tih dobrih ekonomskih pokazatelja, mnogi, slabo razvijeni mali gradovi susjednih država, željeli su sprovesti referendum i donijeti sličnu odluku, odnosno primjenite sličan koncept razvoja, o čemu su lokalne novine takodje izvještavale.

Temama regulative i drugim inicijalnim gradskim pitanjima, neprestano su se bavili zakonodavci i gradske vlasti. Razmatrajući značajna pitanja, od toga, da li je odluka o legalizaciji kocke ipak bila dobra ili loša za grad do toga da li se rast kriminala i dolazak nepoželjnijih osoba u grad, može opravdati velikim skokom standarda lokalnog stanovništva. Zakonodavci su se takođe bavili i temama kako raspoređiti dobit generisanu novim konceptom za očuvanje istorijskog nasleđa, dalju marketinšku promociju grada i slično.

Pitanja gradske logistike, saobraćaja i urbanizma, tj. planiranjem izgradnje i odobrenjem dozvola za gradnju dominirala su takodje u novinskim natpisima u posmatranom periodu.

Nedostatak parking prostora je bila dominantna tema u razmatranju problema logistike u gradu, pa se donijela odluka o uvođenju šatl autobusa, kako bi se djelimično ovaj problem riješio.

Zahtjevi za odobrenjima novih kazino prostora u zgradama, kao i broj mašina za kocku, i dozvola za točenje alkohola bile su takođe teme na koje su gradski oci morali da daju odgovore, zbog enormne potražnje.

Negativnim temama se bavilo se svega nešto oko 13% novinskih članaka. Najveći problemi koji je legalizacija kocke sa sobom donijela u ovaj gradić bili su socijalne prirode. U prvom redu to su bili izazovi, koje su donijele kockarnice u

neposrednoj blizini škola i porast broja studenata koji posjećuju kazina ali i realna mogućnost od patološke zavisnosti. Porast pacijenata u instituciji za mentalno zdravlje, kao direktna posljedica kocke i porast kriminala, a posebno porast maloljetničkog kriminala, postali su objektivna prijetnja daljem razvoju grada.

Uzimajući sve ovo u obzir Deadwood je postao primjer kako turizam kocke i igre može uticati na socijalni i kulturno-istorijski razvoj jednog kraja, i kako ovaj vid turizma osim pozitivnih ima i drugih, onih manje pozitivnih koje razvoj turizma, pogotovo ove vrste, nesumnjivo sa sobom donosi.

- **III-4 Iskustva jedne od najvećih kockarskih destinacija danas – Makao**

Za razliku od američke istorije turizma kocke i igre, razvoj ovog vida turizma u gradu Makao u N.R. Kini imao je drugačiji i mnogo dinamičniji istorijat. Makao je uz Hong Kong jedna od specijalnih administrativnih regija u N.R. Kini sa vlastitom samoupravom i oko pola miliona stanovnika. Makao je sve do 1999. godine bio pod vlašću Portugalije, te je predstavljao najstariju aktivnu evropsku koloniju u Kini, osnovanu još u 16. vijeku. Administrativne vlasti nad Makaom su prenijete na N.R. Kinu 1999. godine i danas Makao uživa status specijalne administrativne oblasti. On je odigrao jedinstvenu i vrlo važnu ulogu u odnosima između Kine i Zapadnog svijeta, posebno između kasnog 16. i 19. vijeka.

Iako trenutno najpoznatiji po kockarskom turizmu, ovaj grad pruža i bogatu istoriju u kojoj su se kroz 440 godina dugu portugalsku vladavinu prožimale kultura i tradicija istoka i zapada.

Prvi koji je stupio na makaoško tlo bio je Portugalac Alvarez davne 1513. godine. Njegove namjere su bile da sa tog prostora uspostavi trgovinske veze sa kineskim vlastima. Tek 1557. godine lokalni kineski namjesnici odobravaju Alvarezu i novoprdošlim trgovcima dozvolu za korišćenje teritorije poluostrva. Kada su Portugalcii stigli na jugoistočni dio Kine na njih se gledalo kao na neprijatelje. Međutim, trgovina je ubrzo procvjetala, portugalski brodovi dovozili su začine, pamuk i muslin iz Indije – satove i tehniku iz Evrope, istovremeno razmjenjujući dostignuća u nauci, religiji, farmaciji i medicini. Kolonizatori sve više “puštaju korjene”, pa portugalski jezik postaje sve prisutniji, a Kinezi ga prihvataju baš kao i druge običaje. Bazirano na toj činjenici, domicilno stanovništvo novorođenoj djeci daje portugalska imena koja ni do današnjeg dana nisu isčezla. Makao sa svojim novim građevinama dobija imena portugalskih velikana i svakim danom sve više podsjeća na Lisabon. Dok evropski duh postaje sve

prisutniji u ovoj dalekoistočnoj zabitici, 1553. godine uvodi se redovna morska linija na relaciji Indija – Makao – Lisabon. Ujedno je to i prva linija Evropa – Azija (tek početkom 19. vijeka uvode se stalne plovidbe za Makao, Filipine i Meksiko).

Za ovaj grad će biti posebno značajna 1974. godina. Padom portugalskog predsednika Salazara, Portugalci se bez sile i agresije povlače iz svih kolonija. Prije nego što su napustili Makao ponudili su ga N.R. Kini. Ona je odbila tako da portugalski uticaj ostaje sve do 1987. godine kada je u Pekingu potpisana dogovor da Makao dobije autonomiju u sledećih 50 godina.

Danas je Makao izuzetno razvijen grad u kome dominantnu ulogu uz kockarski turizam zauzima industrija tekstila, kože, izrada porcelana, nameštaja,i na taj način je privlačna biznis destinacija. Po bruto nacionalnom proizvodu Makao zauzima čak četvrto mjesto u istočnoj Aziji – odmah iza Japana, Hong Konga i Singapura.



Slika V. Makao danas

Legendarni “Casino Lisboa”, koji u svojim odajama skriva mnogobrojne tajne o dobroj ili manje dobroj sudbinama posjetilaca, najlepša je i najmarkantnija građevina koja dominira gradom s kopna i sa mora. Bio kockar ili ne, svaki turista će ga obavezno posjetiti, a takođe tu može uvećati ili samo “olakšati džepove” za 26\$ a to je minimum! Ljubazno osoblje će se potruditi da svakome bude udobno i ugodno, pa ako gubi (i taj minimum) smjestiće ga u jedan od separa sa prigušenim svjetlima i ponuditi besplatno

piće.

“Kuća časti”, reći će s osmijehom stanovnici Makaa koji sa izuzetnim pijetetom govore o svom kazinu i svom gradu – a kako i ne bi kad na ovom jedinstvenom mjestu niko ne plaća nikakav porez. “Kuća časti”, kažu i vlasnici svih pet “Kuća sreće” i bezpogovorno odvajaju 30% od ukupnog dohotka za unapređenje grada i podizanje standarda svojih sugrađana.

Zbog svih olakšica (poreskih najviše), nije čudo što su sabraća iz Hong Konga i Kine pohrlila da se zauvijek nastane u Makaou. Ukoliko pak ti gradjani N.R. Kine, dođu samo kao turisti mogu ostati samo dvije sedmice. Takav je propis!

Nedaleko od novosagrađene makaoške četvrti, a na obali južno Kineskog Mora, uzdiže se prelijepa statua boginje “Kunjam” (Kun Iam) zaštitnice grada i mornara. “Sve što je ispred mene - neka bude napredno, sve što je iza – neka bude mirno! “ poručuje boginja kao da čita želja svojih vjernika. A, želje se uveliko ostvaruju. Ispred imozantne figure nikla su nova naselja, nove četvrti, novi trgovi sa razigranim fontanama...

Iza boginje je mirno more i ne tako lijepa priča. Za vreme portugalske dominacije, a u potrazi za boljim životom, Kinezi sa sjevera su pokušavali da preplivavaju zaliv, zapravo, razdaljinu od samo 600 metara koja ih je dijelila od makaoške granice. Rijetko ko je uspio, pa je zbog ogromnog broja nesrećnika koji nikad nisu stigli i zbog načina na koji su onemogućeni - makaoški zaliv nazivaju i “Krvavi zaliv”.

Ta teritorija od nekih šesnaest kvadratnih kilometara, grad i dva ostrva Taipe i Kiloane, priključeni su državi od 9.5 miliona kvadratnih kilometara, pa je tako broj stanovnika N.R. Kine povećan za pola miliona. Zvaničan naziv za Makao je Aomen – Kapija zaliva.

Pored ove bliske kolonijalne prošlosti, Makao je danas poznat kao kockarska prijestonica Azije i svijeta. Više se ne može reći za Makao da je Las Vegas istoka. Danas je čak prikladnije reći da je Las Vegas – Makao zapada. Makao je 2006. godine prestigao čuvenu kockarsku destinaciju u Nevadi, a danas je ta cifra čak sedam puta veća. Tokom 2011. godine ostvaren je promet od 7,2 milijarde dolara, (što je veće od dvogodišnjeg BDP-a Crne Gore).

Mnoge kompanije bazirane u Las Vegasu, danas veći dio svog profita stiču u Makau, pa tako "Sands" koji planira da gradi svoj četvrti hotel u na toj dalekoistočnoj destinaciji, čak devedeset posto svog profita stiče tamo, a tek ostatak u matičnom gradu. Tim putem ide i kompanija "MGM", vlasnik najvećeg hotela na svijetu, ranije pominjanog "Grand MGM" u Las Vegasu.

Dolazak američkih investitora koristio je kineskim vlastima da u dominantnu privrednu djelatnost Makaoa, zaradu na kocki, unesu savremeni međunarodni poslovni duh, ali i da razviju konkureniju među vlasnicima kazina. Suzbijen je i monopol legendarnog hongkonškog tajkuna Stenlija Hoa koji je svoje ogromno bogatstvo stekao pod sumnjivim okolnostima. Njegove "klasične" kineske kockarnice, što će reći mračne zadimljene čajdžinice, povezane su sa podzemljem, privrednim kriminalom i prostitucijom. Hoov monopol više ne postoji i kockarnice su stavljene pod veću kontrolu. Kad se sam Ho već našao u visokom društvu, počeo je da prednjači u izgradnji modernih hotela kockarnica. Ranije je sav prihod iz kockarnica pripadao njemu, a sad ubira kako je sam priznao, "samo" 60% zarade, s tom razlikom što se više ne žali na vlast. Naravno, ovaj nagli rast prate nelegalni tokovi novca i razne malverzacije, porast prostitucije koja je u Makau kao i kocka legalizovana za razliku od Kine, koja za sada gleda kroz prste, kako se ne bi naškodilo ugledu ove kockarske destinacije. Da bi se ovaj negativni dio imidža i efekat promijenio, smanjio i po mogućnosti eliminisao, uvode se novi sadržaji bazeni sa vještačkim talasima i plažama za djecu, otmeni restorani, trgovački centri, spa centri. Međutim, promovisanje Makaoa kao porodične destinacije pored tolikog broja kazina i legalne prostitucije gotovo izvjesno je, nemoguća misija. U planu je i izgradnja sportske i koncertne dvorane kako bi se sadržaji upotpunili, imidž izmijenio a povećao broj dana koje gosti provode na toj destinaciji.

Na kraju treba pomenuti i jedan kuriozitet vezan za Makao. Na Blumbergovoju listi azijskih milijardera za 2013. godinu, na prvom mjestu našlo se ime Liu Če Vu. Ovaj osamdesetčetvorogodišnji makaoški tajkun, predsjednik kazino operatera "Galaxy entertainment Group LTD." uvećao je svoje bogatstvo na ukupno 29,5 milijardi dolara i tako postao najbogatiji čovjek Azije za 2013.godinu. Luijeva porodica je godine 1934. pobjegla iz ratom razorene Kine za Hong Kong gdje je on kao trinaestogodišnjak počeo da zaraduje novac prodajom hrane na ulici. Najveći dio bogatstva stekao je nakon

drugog svjetskog rata uvozeći građevinsku opremu, da bi 2002. godine ušao na kockarsko tržište Makaoa.

Iskustvo Makaoa sa jedne strane pokazuje da razvoj jedne turističke destinacije ne smije biti ni prebrz, ni nedovoljno osmišljen ni kratkoročno postavljen ili nedovoljno dobro isplaniran, a sa druge strane pokazuje svu lukreativnost ovog biznisa.

IV KOCKA KAO USPJEŠAN POSLOVNI KONCEPT VASA ĆUKOVIĆA, RIŠNJANINA, AMERIKANCA I FILANTROPA

Izučavajući kocku i igru sa ekonomskog, tj. biznis aspekta, možda je jedan od najboljih primjera čovjek porijeklom upravo iz Boke, Vaso Ćuković. On je rođen u Risnu, 09. juna 1858.g., u uglednoj trgovačkoj porodici, jednoj od najstarijih, najuglednijih i najbrojnijih sa čak osmoro djece iz dva braka njegovog oca Lazara. Na dan rođenja najstarijeg sina čestitog rišnjanina Lazara Ćukovića, padala je jaka kiša praćena žestokom grmljavom, koja ipak nije mogla nadmašiti pucnjavu iz kuća Ćukovića i ostalih djelova Risna, koja je tradicionalno obilježavala rodjenje sina uglednog domaćina. "Ispostaviće se mnogo godina kasnije da je bilo dosta mjesta radovanju jer novorodjeno dijete postalo je jedan od najuglednijih građana i čovjek čije je ime trajno zapisano u drugoj istoriji Risna i Boke Kotorske"³⁸.

Sa osam godina ostao je bez majke, i otac ga je vaspitavao da bude samostalan i svoj. Vaso je bio dobar đak i imao je odlične ocjene iz svih predmeta osim iz vladanja, zbog svog nemirnog, eksplozivnog duha, koji je često koristio za zaštitu slabijih i nezaštićenih. Osim školskih obaveza, kao mlad dječak, čuvao je stoku na imanju, pomagao ocu u trgovini, i istovremeno izučavao zanat. Na poziv tetke i tetka sa nepunih 12 godina oputovao je u Trst, u porodicu koja se takodje bavila trgovinom. U Trstu je završio višu trgovačku školu i odlično savladao grčki, njemački i italijanski jezik. Sa 16 godina se zaposlio kao činovnik u tada poznatoj, grčkoj firmi "Hydias". Životom u Trstu nije bio zadovoljan i osjećao je da nema mogućnost da zaradi i živi onako kako je osjećao da može. Daleke 1877. godine, u svojoj devetnaestoj godini i u doba najvećih migracija Bokelja, a na nagovor jednog pomorskog kapetana iz Risna, te uz blagoslov oca, otplovio je za daleku Ameriku.

Njujork je bio njegova prva destinacija, čvrsto tlo, ali ipak daleko i nesigurno. U tom megalopolisu sa kojim se prvo sreo u Americi, bile su iznevjerene sve njegove nade,

³⁸ T. Grgurević: *Narodni dobrotvor Vaso Ćuković*, NVU „Dobrotvor Vaso Ćuković“ i „Vukčević Uliks, Risan, 2008 str. 30.

pa ne mnogo nakon dolaska u Ameriku seli se za San Francisko gdje nalazi posao trgovačkog pomoćnika uz svesrednu pomoć jednog svog prezimenjaka Steva Ćukovića. U početku je to išlo veoma teško. Radeći danju i učeći jezik noću, zaključio je da ni u San Francisku neće naći ono što želi, pa ga je put odveo u državu Nevadu, u grad Rino. Za nekoliko godina provedenih u Rinu, zaradio je puno novca, baveći se nekretninama, ali je veći dio tog novca i izgubio u nestabilnim ciklusima koje trgovine nekretninama donose. Iz grada Rina seli se u Sijatl u državu Vašington, pa u državu Ajdaho, da bi se nakon toga opet obreo u Kaliforniji, trgujući agrumima i vinom. Osim toga, radio je i u rudnicima, takođe bez mnogo uspjeha. Sudbina je htjela da se oproba u poslu čistača u jednoj bilijarnici gdje se i upoznao sa kockarskim igram. Odlučuje da se preseli na Aljasku, za koju je čuo da pruža utočište snažnima i jakima. Medutim na putu za Aljasku obreo se, 1895. godine u državi Kolorado u gradu Denveru. U ovom gradu na nadmorskoj visini od 1.600 metara poznatom kao "mile high city" tj. gradu na visini jedne milje kupuje zemlju, počinje svoj život biznismena i dobrotvora i za kratko vrijeme stiče veliki kapital i ugled. U Koloradu u to vrijeme kocka je bila dozvoljen i legalan biznis, koji je Ćukoviću, čovjeku koji je bio sklon rizicima u poslu, donio ogroman novac i slavu. Sa kockom se prvi put sreо radeći kao čistač u bilijar klubu za vrijeme svog kratkog boravka u Virdžnija Siti u državi Nevada. Osim Kolorada u većini američkih država kocka je u to vrijeme smatrana legalnim poslom i zanimanjem koje kao i svako drugo u skladu sa propisima može donijeti veliki novac. Za one druge koji su se kockom bavili ilegalno, varali i lagali kazne su bile drastične, a kažnjavani su i smrću.

Početak u Denveru bio je težak, iako je u to vrijeme Denver bio u usponu. Taj uspon grada na visini jedne milje ogledao se u intenzivnom naseljavanju i migracijama stanovništva sa istoka na zapad Amerike, što je omogućilo Ćukoviću da se u pravo vrijeme nađe na pravom mjestu, u firmi za promet nekretninama. Uz dobru zaradu stekao je i reputaciju cijenjenog i uticajnog građanina i jednog od najpoštovanijih ljudi u gradu, a bio je i konsultovan prilikom izbora senatora i kongresmena. Nakon dužeg istraživanja tržišta i razmišljana o poslovnim potezima, Ćuković odlučuje da sav stečeni kapital uloži u izgradnju kockarnice. Shvatio je da se put ka uspjehu ogleda u čestitosti i visokoj etici u poslu, te vrhunskoj usluzi i profesionalnosti, pa je na tim osnovama nastala njegova prva kockarnica "Arcade" koju je otvorio sa svojim partnerom Johanom Hughesom. Shvativši da je kocka unosna, ali ne i prestižna za razvoj biznisa, uz kockarnicu je izgradio i

savremen ugostiteljski objekat. Kockarnica je postala poznata po tome što se strogo vodilo računa o poštenom kockanju i kao takva doprinijela je ugledu i imidžu mjestu u kome se ne krađe i u kome vlada red i mir. Osim ove reputacije “Arcade” je imala egzotičan ambijent i enterijer sa dugim barom i puno francuskih ogledala, skupih lustera. Kao svaki dobar biznismen, Ćuković se nije zadovoljavao postignutim, već je težio razvoju pa tako sav novac zarađen u noj, ulaže u još veću kockarnicu “Navarre” koja je podignuta daleke 1880. godine. Ova nova kockarnica, u samom centru Denvera, podignuta je zajedno sa najpoznatijim vlasnikom kockarnica u ovom dijelu Amerike, irskim biznismenom Edom Chaseom. Kockarnica je dominirala centrom, svojom visinom, izgledom i reputacijom koja se ogledala i u liku samog Ćukovića, za koga je važilo pravilo da njegova riječ važi mnogo više od bilo kakvog ugovora. Smatrao je da radeći ispravno i pošteno može postići puno i tako se ponašao i u svojoj kockarnici gdje je zahtijevao da se gubi ili dobija pošteno, a gdje nije bilo mjesta za varalice. Interesantno je što nije dopuštao ni besplatno točenje alkohola, čiji je bio veliki protivnik, a što je bilo karakteristično za to vrijeme i danas je karakteristika kockarnica širom svijeta. Reputacija koju je stekao, kroz ovakav način bavljenja poslom, pomogla mu je da se sprijatelji sa vrhunskim političarima tog doba, koji su mu pomogli u situaciji kada je kockarski biznis došao pod udar zakona i to baš od ljudi sa koljima je Vaso imao najprisnije odnose. Shvativši neminovnost poštovanja novonastalih pravila, širio je svoju imperiju u sopstvenu trgovinu nekretninama i bankarske poslove. U svojim četrdesetim godinama imao imovinu vrijednu oko million dolara, što je za to doba predstavljalo ogromno bogatstvo.

Svoj filantropski duh ispoljavao je nesebičnim ulaganjem materijalnih sredstva u izgradnju i uljepšavanje grada i organizaciju raznih humanitarnih akcija. Osim toga, ovaj nevjerojatan čovjek, pomaže siromašne i bolesne kako u Americi tako i u rodnom kraju a aktivno učestvuje u javnom i političkom životu tog prelijepog grada u američkoj državi Kolorado. Pomagao je i naše iseljenike a bio je poznanik i prijatelj sa Nikolom Teslom i Mihailom Pupinom.

Nakon njegove smrti otvorena je i najznačajnija i najhumanija oporuka vezana za rođni kraj u kojoj je Vaso Ćuković zavještao da se u Risnu, njegovom rodnom gradu, ili bilo gdje u Boki, ili tadašnjoj Jugoslaviji, sagradi velika bolnica, kao pomoć siromašnima i bolesnima. Izvršioci testamenta iz SAD su u više navrata dolazili u Jugoslaviju da bi

organizovali izgradnju bolnice u Risnu i ona je i do današnjeg dana najveći ortopedski - trauma centar Crne Gore.

Oporukom je, izmedju ostalog, veći iznos imovine, preko 1.300.000 dolara ostavio svojoj najbližoj rodbini, a iznos od 100.000 dolara za izgradnju skulpture u centru Denvera u čast njegovog velikog prijatelja gradonačelnika Denvera.

Vaso Ćuković je umro u svom domu u Denveru, dana 20.12.1933.g. u 75. godini.

V TURIZAM KOCKE, ZABAVE I IGRE U CRNOJ GORI, DOSADAŠNJA ISKUSTVA I POTENCIJAL

Razmišljajući da li je nešto od biznis koncepta Vasa Ćukovića primjenljivo u njegovoj i našoj domovini, koncept kocke i zabave se skoro nametnuo sam od sebe, pogotovo u svjetlu činjenice da je uz sve ono što je priroda podarila našoj zemlji, turizam jedna od strateških privrednih grane Crne Gore.

Crna Gora ima obalu koja je duga 293,5 kilometara i u to se ubraja i 117 plaža koje su zajedno dugačke čak 73 kilometra. Ovo je jedna od komparativnih najvećih prednosti uz naravno veliki broj sunčanih dana, umjerenu klimu, kulturno-istorijsko nasleđe, ljubazno stanovništvo i sve ono što ide uz to kad govorimo o turističkom potencijalu crnogorskog primorja. Vrlo je indikativno da se u strategiji crnogorskog turizma do 2020. godine, turizam kocke i igre kao takav nigdje ne spominje, što ne znači da i ne postoji. To se naravno donekle može razumjeti ako analiziramo negativna iskustva ranije pominjanih destinacija. Ali što je sa pozitivnim?

Kockarski turizam u Crnoj Gori ipak postoji u malom broju hotela, dok zabavni parkovi ne postoje uopšte, izuzimajući Akva park koji je sastavni dio hotela „Mediteran“ u Bečićima. To bi sa određenih aspekata donekle i bilo razumljivo da se pred crnogorskim hotelijerima sve češće ne postavlja problem izuzetno niskog nivoa profitabilnosti. Loše poslovanje najvećeg broja obnovljenih luksuznijih hotela na Crnogorskem primorju uzrokovano je prekratkom turističkom sezonom, velikim fiskalnim nametima i posjetom koja iz godine u godinu bilježi neznatni rast ili čak pad. Od proklamovanog elitnog turizma i dolaska bogatih ljudi iz svijeta koji će puniti hotele sa četiri i pet zvjezdica za sada nema ništa.

Dakle kocka i zabava u Crnoj Gori za sada su, uslovno rečeno, skoncentrisane u Budvi i okolnim mjestima. Budva je postala omiljena destinacija mlađe populacije, uglavnom između dvadeset i trideset pet godina, slabijeg do srednjeg imovinskog stanja, koja zabavu i provod nalaze u otvorenim diskotekama, uz trešteću muziku, koktele i ples.

Ova populacija iako limitirano zainteresovana za kocku i zabavu druge vrste, često nije finansijski dovoljno moćna, (zato je i upotrebljen izraz limitirano zainteresovana).

Kocka, kao vid zabave, nešto starije i ekonomski nezavisnije populacije, prisutna je u dva najmodernija bečićka hotela "Splendid" sa pet zvjezdica, "Queen of Montenegro" sa četiri, kao i u hotelu "Maestral" (četiri zvjezdice) u uvali Miločer i u hotelu "Avala" u Budvi. Dok kod prva dva hotela, kockarnica i kazino turizam nije strateška baza i odrednica, u hotelu "Maestral" to zasigurno jeste. Hotel je u vlasništvu kompanije "Hit grupa" iz Nove Gorice, Republika Slovenija. Ova kompanija, smatra se jednom od najvećih firmi za pružanje usluga zabave i kocke u Evropi i kao takva posjeduje: sedam centra za kocku i zabavu, jedan kazino rezort, jedanaest hotela, turističku agenciju, preko 2.300 kreveta, oko 4.000 slot mašina, 215 stolova za igru, i to sve opslužuje armija od oko 2,500 zaposlenih. Većina od ovih hotelskih kapaciteta nalazi se u Sloveniji, u neposrednoj blizini Italije, tako da su Italijani, dominantno gosti ovog turističkog giganta. Bez obzira što je hotel "Maestral" za širinu Jadranskog mora udaljen



Slika VI. Najpoznatiji crnogorski kazino Hotel „Maestral“ Miločer

od italijanske obale, za glavne goste takođe ima italijansku klijentelu. Za potrebe dolaska u Crnu Goru, organizuju se charter letovi koji dva puta sedmično dovoze i odvoze turiste željne kocke i zabave iz italijanskih gradova Barija i Napulja. Hotel je otvoren tokom

čitave godine, a osim kocke kao osnovnog vida zabave, jednom sedmično pruža i gostovanje nekog od muzičkih zvijezda sa prostora ex Jugoslavije, pa na taj način osim italijanske privlači i domaću klijentelu.

Crnogorsko primorje, zahvaljujući svojim prirodnim ljepotama, kulturno istorijskim nasledjem i gostoprimaljivošću svojih stanovnika, se davno nalazi na turističkim kartama Evrope i svijeta. Iskustva iz SAD-a pa i drugih lokacija širom svijeta su pokazala da i manje atraktivne lokacije mogu biti i te kako interesantne za kazino turizam i generalno turizam igre i zabave.

Nasuprot američkom iskustvu i istorijatu kazino turizma, Crnogorsko primorje je, turistički već vrlo atraktivna destinacija koja strijemi održivom turističkom razvoju. Kao takva, za turizam, kocke i igre, ima niz vrlo atraktivnih, pa čak i unikatnih lokacija na kojima bi se ovaj vid turizma mogao razviti do neslućenih granica. Ovdje ćemo izdvojiti samo tri od njih.

Sve te tri lokacije imaju zajedničku karakteristiku da se nalaze u neposrednoj blizini prirodnih morskih ulaza ili vrata. Radi se o lokacijama na velikoj ulcinjskoj plaži i Adi Bojani, kao prvoj, u blizini Otrantskih vrata, ulazu u Jadransko more. Druga bi bila ostrvo Mamula, na ulazu u Bokokotorski zaliv. I treća, gradić Perast, na ulasku u kotorsko-risanski zaliv.

Vrata kao slučajni simbol za sve ove tri lokacije, ovdje su percipirana kao simbol početka ili kraja čovjekove želje za igrom i kockom, kao izlaz iz svakodnevnice i ulaz u neki drugi svijet, razdvajanje racionalnog od iracionalnog, prošlosti od budućnosti, sjete od zadovoljstva i sreće itd.

Simbol vrata kao ulaza i izlaza i njegove povezanosti sa turizmom i fenomenom igre, više je intresantan sa antropološkog i psihološkog stanovišta, a u slučaju potencijalnog crnogorskog turističkog proizvoda kocke i zabave, mogao bi biti iskorišćen u marketinške svrhe. Svaka sličnost sa Makaom čiji je zvaničan naziv "Kapija zaliva", je slučajna.

Najjužnija tačka Crne Gore, a samim tim i našeg primorja, je velika ulcinjska plaža, koja se prostire od Port Milene do Ade Bojane. Njena dužina je čitavih 12 kilometara a prosječna širina 60 metara što daje impozantnu površinu od preko 600 hiljada kvadratnih metara. Plaža je sačinjena od finog sitnog pijeska, koji, osim užitka koji pruža, ima i zdravstvena svojstva. Na ovolikom prostoru, uz ostale pogodnosti

zaleda plaže, moglo bi se smjestiti više kazino rizorta, i napraviti nešto po uzoru na Strip u Las Vegasu ili Atlantik sitiju.

Ako bi se turizam igre i kocke kao takav želio izdvojiti od ostalog dijela plaže, kao poseban segment turističke ponude, a to bi bilo moguće uraditi smjestivši ga na Adu Bojanu kao zasebnu prirodnu cjelinu. Preljepo ostrvo na rijeci Bojani danas je raj za nudiste. Potpuno oivičen vodotokovima rijeke Bojane sa dvije strane i Jadranskim morem sa treće, ovaj prirodni trougao, rajskog izgleda, bio bi idealna lokacija za sve vrste turizma igre , kocke i zabave. Kazino rizort na toj lokaciji, pa čak i spoj nudizma i kazino rezorta i takva njegova valorizacija, bila bi potpunija, jedinstvena i neuporedivo veća sa aspekta turističkih prihoda i atraktivnosti lokacije.



Slika VII. Ada Bojana

Potencijal ulcinjske Velike plaže je ogroman i pruža nesagledive mogućnosti, ali ništa manje atraktivan i na drugi način jedinstven potencijal, pruža ostrvo Mamula. Tačan naziv ostrva je Lastavica, a za vrijeme mletačke vladavine nosilo je naziv Rondina, vjerovatno zbog svog gotovo pravilnog kružnog oblika prečnika 200 metara. Naziv Mamula je dobio po austro-ugarskom generalu i tadašnjem namjesniku Dalmacije, baronu Lazaru Mamuli, vjenčanom kumu crnogorskog knjaza Danila koji je na ovom ostrvu sredinom 19. vijeka podigao utvrđenje. Po mnogim sudovima znalaca ta tvrđava i

do dana današnjeg predstavlja remek djelo vojnog neimarstva. Čitav kompleks tvrđava izgrađen je od ravnomjerno klesanih kamenih kvadrata, jednake veličine, složenih u pravilne horizontalne redove. Položaj i sam oblik utvrđenja prati konfiguraciju ostrva, pa je tako kompletan tvrdava zatvorena, prstenastog oblika, a u njenom središtu je otvoreno kružno dvorište.



Slika VIII. Tvrđava na ostrvu -Mamula

Tvrđava kao takva nikada nije bila korišćena u svrhe za koju je izgradjena, te sa nje ni na nju ni jedna topovska granata nije ispaljena, što je rezultiralo da njena kamera spoljašnjost bude očuvana do današnjih dana. U toku drugog svjetskog rata Mamula je bila zatvor, što po svom morskom okruženju na ulazu u zaliv, neodoljivo podsjeća na zloglasni zatvor i ostrvo Alkatraz u zalivu San Franciska, koji je već decenijama otvoren ali kao turistička atrakcija muzejskog tipa.

Ostrvo se nalazi 3,4 nautičkih milja od grada Heceg Novog, i ta relativna blizina kopna, uz već postojeći objekat, predstavljalo bi jedinstvenu lokaciju za hotel –kazino, relativno malog kapaciteta, a bogatog sadržaja. I pored činjenice da predstavlja spomenik kulture druge kategorije, i da je kao takav zaštićen, do sada je bilo više pokušaja valorizacije Mamule u turističke svrhe, nažalost nijedan od tih pokušaja nije uspio. Činjenica je da bi revitalizacija Mamule u turističke svrhe zahtjevala velika materijalna sredstva za dovodjenje bazične infrastrukture, kao što su struja i voda, te pristanišni

prostor. Dogradnja postojećeg objekta uz poštovanje ograničenja koja spomenik druge kategorije nosi sa sobom, sa jedne strane, te ipak ograničeni smještajni kapaciteti su takođe stavke, koje bi ovaj projekat učinile investicijski vrlo zahtjevnim, a povrat investicije prolongirali na duži rok od standarda turističke privrede.

Sa druge strane, Kazino Mamula bi bio unikatni turistički dragulj, namijenjen visoko platežnoj klijenteli, prirodno zaštićen i restriktivno dostupan. Kao takav idealno bi se uklopio i dopunio ponudu već postojećim turističkim projektima u Boki, kao što su "Porto Montenegro" u Tivtu, "Lustica Bay" na Luštici i "One & Only" u Kumboru, kojima Mamula gravitira svojom lokacijom. Ovdje svakako treba napomenuti da bi ovaj jedinstveni kazino na ulasku u Boku, dnevno oplovilo, a možda djelimično i posjetilo više hiljada turista, koji kruzerima ulaze i izlaze iz zaliva Boke Kotorske od Marta do Oktobra mjeseca u poslednjih nekoliko godina.

Treća lokacija koja bi bila ne manje atraktivna za Kazino turizam je svakako gradić Perast, tj njegove palate. Najmanji ali ne i najmanje značajan, ovaj gradić pomoraca i umjetnika, leži nasuprot tjesnacu Verige u podnožju brda Sveti Ilija, tačno 873 metra ispod njegove najveće kote.



Slika IX. Perast

Ovaj bokeljski gradić je status opštine dobio 1580. godine, a svoj najveći procvat doživljava tokom XVII i XVIII vijeka, kada svjetskim morima plovi stotinjak peraških jedrenjaka. U XVII vijeku u Perastu su se obučavali i na njegovim brodovima plovili ruski kneževi (takozvani boljari), koje je Petar Veliki na preporuku Venecije školovao u pomorskoj školi poznatog matemetičara i moreplovca, kapetana Marka Martinovića.

Grad jednostavne mediteranske arhitekture, renesansno-baroknog stila, prepun je starih palata, građenih uglavnom u kamenu, te sa svojih 17 crkava, Perast danas predstavlja jedan miran gradić, veoma burne prošlosti.

Da li bi burna prošlost Perasta bila obnovljiva, na jedan drugi način, prenamjenom neke od njegovih palata, u prvom redu palate Bujovića, ali možda i palate Smekija, Viskovića ili Balovića u ekskluzivni kazino, zatvorenog tipa, za mali broj igrača, a velike uloge, pitanje je oko koga bi se sigurno podiglo puno prašine, jer bi taj vid turizma sigurno narušio njegovu idilu tišine. Sa druge strane, postavlja se pitanje, da li je ovaj biser Boke, valorizovan na pravi način i konačno, koji je pravi način njegove valorizacije.

Jedno je sigurno, da bi vrhunski kazino u ovaj gradić doveo bogatu klijentelu, i sve ostalo što je prati, te bi ovaj mirni gradić, ponovo postao buran, kao što je to bio tokom srednjeg vijeka.

Sveobuhvatno analizirajući efekte koje bi otvaranje kazina, kazino rezorta hotela i mjesta za zabavu donijelo Crnoj Gori, tj. njenom priobalnom dijelu, moraju se izdvojiti tri osnovna preduslova i to: socijalni, ekonomski i infrastrukturni.

Većina efekata kako pozitivnih tako i negativnih već su ranije pominjani na primjeru Deadwooda u Južnoj Dakoti i zato ih ovdje ne bi posebno nabrajali uvažavajući činjenicu da su geografske, kulturološko istorijske, socijalne ekonomske okolnosti dijametralno suprotne izmedju Crne Gore i Južne Dakote.

VI ZAKLJUČAK

Oslobađajući se krutih stega mukotrpнog rada i borbe za golu egzistenciju, čovjek je kroz vjekove težio nečemu većem i drugačijem što će upotpuniti njegov život, pogotovo njegovo slobodno vrijeme.

Slobodno vrijeme je, u zavisnosti od dužine trajanja, sklonosti, sopstvenih ekonomskih mogućnosti, kao i naučno - tehnološih dostignuća provodio, nekada davno, bliže kući a kasnije sve dalje i dalje od nje.

Danas je, broj ljudi koji putuju, destinacije na koje putuju pa i prevozna sredstva kojim putuju, sve veći i sve različitiji. Naravno, u te razlike spada i motiv putovanja, vrijeme zadržavanja i način trošenja novca prilikom boravka, kao i zadovoljstvo koje sa tog boravka pamte, poneko, ponekad i čitavog života.

Izreka "Kaži mi šta radiš u slobodnom vremenu, pa ču ti reći ko si"³⁹, najbolje govori o tim razlikama i sklonostima čovjeka i načinu i mjestu provođenja slobodnog vremena ili dokolice, što se često poistovjećuje.

Igra, kao poseban vid korišćenja slobodnog vremena se tek u modernim vremenima počela tretirati kao ozbiljna stvar i potreba ne samo djece već i odraslih ljudi. To naravno posebno važi za kocku, koja je isključivo predodređena da bude zabava odraslih, što nažalost nije uvijek tako. Ne samo da ne predstavlja zabavu samo odraslima već ponekad ne predstavlja ni zabavu uopšte, već zadire u polje patologija, o čemu u ovom radu nije bilo riječi.

Udaljavajući se od polja patologije, i posmatrajući igru i zabavu kao oblik specijalne turističke ponude i razmatrajući je u kontekstu sveobuhvatnog doživljaja za čitavu porodicu, ili bar njen stariji dio, moramo konstatovati da je u SAD-u taj oblik provođenja dokolice, dospao oblik katarze. Provodeći vrijeme u zabavnim parkovima za djecu ili zabavnim parkovima-gradovima za odrasle, ljudi se oslobađaju nagomilane agresivnosti koju donosi svakodnevica, vraćajući se u svijet mašte, raskoši i magije, virtuelan ili stvaran, jeftin ili skup.

Moć igre i kocke krije se u tome da opusti čovjeka i pruži mu nezaboravne trenutke zadovoljstva, osjećaj pobjede, moći, nestvarne veličine i značaja, zato ima

³⁹ S. Elaković: op. cit., str. VI.

magično dejstvo nažalost ponekad i suprotno, ali u svakom slučaju intenzivno i nezaboravno.

Makao, Las Vegas i Diznilend su pravi primjeri takvih destinacija, kojima se ljudi sa zadovoljstvom vraćaju, bez obzira što za svoj potrošeni novac ne dobiju nikakva materijalna dobra, što je jedan od fenomena turizma. Ova dva svjetski poznata turistička "brenda", samo su sinonim igre i zabave, ali ne jedina mjesta koja turisti skloni ovom vidu turizma, pohode. Niz lokacija širom svijeta, atraktivnih i manje atraktivnih, takođe pružaju mogućnost turistima da zadovolji svoje prohtjeve, a lokalnom stanovništvu da na jedan drugačiji način valorizuje potencijal svoga grada, koji, pokazalo se, i ne mora biti prestižan, istorijski značajan, pa čak ni pretjerano atraktivan.

Sa druge strane stoji činjenica da u odsustvu navedenih prirodnih atributa lokacije, čovjekova mašta, neimarstvo i visoka tehnologija, imaju veliki izazov da ni od čega naprave čudo.

Zadovoljstva koja se boravkom u ovim destinacijama pružaju, iako veoma slična po svojoj suštini, iznova se i na drugačiji način doživljavaju, jer raznolikost ponude i tehnološka dostignuća, turistima iz čitavog svijeta, predstavljaju novi i veći izazov.

Nakon svega iznesenog u prethodnim razmatranjima, nekoliko velikih dilema kada je u pitanju turizam kocke, igre i zabave i mogućnost njegovog daljeg razvoja na crnogorskom primorju, neminovno se nameću. Odgovori na dileme koji se ovim radom prižaju ili bar podstiču na razmišljanje nisu sprovodljivi na jednostavan način, a pogotovo ne na brz način. Ta pitanja, tj. dileme, mogla bi se svrstati u nekoliko grupa, u skladu sa naučnim disciplinama koje ih obrađuju, pa bi se tako izdvojila sociološka, psihološka, kulturološka, ekološka i na kraju ekonomski grupa pitanja.

Razmotrićemo neka od njih u skladu sa analizama koje je ovaj rad pokazao, ne pretendujući da su zaključci konačni.

Da li bi i koje promjene ovaj vid turizma donio i na koji način bi uticao na lokalno stanovništvo?

Naravno, ovaj vid turizma bi imao veliki uticaj na lokalno stanovništvo u mnogim segmentima rada i života. Gledajući sa pozitivne strane, prvo bi otvorio nova radna mjesta, i samim tim smanjio rastuću nezaposlenost. Diverzifikacija potrebnih kadrova, bi zahtijevala raznu vrstu doobuka, što bi otvorilo prostor kako za prekvalifikaciju i dokvalifikaciju lokalnog stanovništva, tako i za otvaranje novih nastavnih centara na

našem području, za deficitarna zanimanja. Osim toga, dodatno bi se otvorio zahtjev za smještaj nedostajućeg kadra koji bi se popunjavao prvenstveno kadrovima iz drugih krajeva naše zemlje, i sve što uz to ide, a tiče se potrošačke korpe za ishranu i ostalim životnim potrepštinama. Osim potrebe za kadrovima, narasla bi i potreba za svim infrastrukturnim objektima i instalacijama, kako komunalnim, tako i putnim. Pojavio bi se dodatni zahtjevi za avio sletanja, savremene i ubrzane granične prelaze, moderniju putnu infrastrukturu i parking prostore. Plažni kapaciteti koji su za sada ograničeni na maksimalnih 300.000 korisnika odjednom, po informacijama iz turističke organizacije otvorili bi potrebu za dodatnim kupališnim prostorima u vidu akva parkova i mega bazena, što takođe spada kako u turizam zabave, tako i u wellnes-turizam.

Da li bi povećanje tražnje za ovom vrstom zabave ugrozilo tradicionalnu kulturno-istorijsku turističku ponudu i da li bi ovaj dio naše zemlje preplavili gosti diskutabilnog morala i strasti, nezainteresovani za našu divlju ljepotu, njene kulturno-istorijske spomenike ali zainteresovani za buran provod za kockarskim stolom.

Hipotetički posmatrano, može se reći da bi ovaj vid turizma imao i dodatni uticaj na rast posjete našoj zemlji, a samim tim i našim kulturno istorijskim spomenicima, kao komplementarnom vidu ponude. Ovdje ne treba polaziti od činjenice da su svi turisti kockari, te da su svi kockari ljudi sumnjivog morala.

Iz ranijih poglavlja uočeno je da turisti koje privlače ove destinacije i ovaj vid turizma, nisu turisti željni samo brze zarade, već turisti koji svoju svakodnevnicu pokušavaju zamijeniti nesvakidašnjim doživljajima. Tako posmatrano kocka i zabava spadaju u domen turističke ponude koja savršeno dopunjava postojeću, ma kakva ona bila ili predstavlja zasebnu ponudu. Ovakva dopuna svakako čini samu destinaciju interesantnijom za širu ciljnu grupu, popularnijom, raznovrsnijom i sveobuhvatnijom, i svakako privlačnijom tokom četiri godišnja doba, a ne samo tokom ljetne ili zimske sezone.

Da li postoji opasnost da bi lokalno stanovništvo, pogotovo djeca, palo pod snažan uticaj kocke i igre i time zapostavilo tradicionalne vrijednosti?

Opasnosti naravno, uvijek postoje, a izraženije su u sredinama koje su siromašnije, ruralne, te sredinama koje bi ovaj razvoj doveo do opšteg preporoda, kakav je bio slučaj u Deadwood-u. Kod nas, čini se iako mogućnost postoji, ne bi bila toliko izražena, što su pokazala i postojeća kazina na Budvanskoj rivijeri.

Naravno, strogo zakonodavstvo, novi propisi, razna ograničenja kao i njihovo striktno poštovanje i implementacija bi dodatno preventivno djelovala na razvoj negativnih pojava. Neka od tih ograničenja bila bi da se kockati mogu samo stranci ili samo punoljetni gradjani i slična.

Da li bi izgradnja rizorta devastirala prirodu, ili stavljanje starih zdanja u funkciju kazino turizma ruiniralo njihov izgled i kulturno istorijski identitet? Naravno ne. Uz prepostavku apsolutnog poštovanja svih urbanističkih zakona, za gradnju rizorta, tj. svih zakona o zaštiti prirodnih i kulturnih dobara, to ne bi bio slučaj.

Česta dilema prisutna na našem primorju, pogotovo u opštini Kotor, grad pod zaštitom UNESCO-a, na čijoj teritoriji je i Perast, je da li i kako je moguće razvijati grad, graditi nove objekte na način da ne naruše izgled starih zdanja. Sa jedne strane, obaveza je čuvati kulturno-istorisko nasleđe, kako od zuba vremena, tako i od pretjerane izgradnje savremenih i neadekvatnih objekata u njihovoj blizini. Sa druge strane, savremeni životni tokovi, tehnološka revolucija, energetska zavisnost i mnogi drugi faktori utiču na tempo života koji iziskuje modernizaciju u svakom smislu. Ta dilema kako pomiriti zahtjev za zaštitu starog i izgradnju savremenog, na najbolji način je dobila potvrdu u centru Pariza, gdje je u neposrednoj blizini muzeja „Luvr“ izgradjenja staklena piramida, kao spoj tradicionalne i savremene arhitekture.

Da li održivi razvoj turizma zahtijeva malo radikalnije poteze i pristup nego što su prisustva turističkim sajmovima, sporadični novinski članci u okruženju i dodjele plavih zastavica plažama, tradicionalne pučke svečanosti itd.? Da li je za diverzifikaciju turističke ponude, dovoljan razvoj „hikinga“, „bikinga“, „raftinga“, „fitnessa“ i „velnesa“, bez razvoja turizma igre i kocke, ako se zna da su naši najuspješniji hoteli, upravo oni koji u svom sastavu imaju kockarnice.? Zar strategijom poznatom pod akronimom MICE turizam (meetings, incentives, conferences, events), koji Crna Gora definitivno želi da razvija u budućnosti kako bi produžila sezonu, nema svoju potvrdu u turizmu Las Vegasa, čija je kako baza tako i strateška osnova turizam kocke i igre?

Da li sve ovo zvuči prilično defanzivno i donekle opstruktivno za razvoj naše strateške privredne grane u ovom pravcu, ili turizam kocke i igre jednostavno nije prepozнат kao takav i zato svjesno i namjerno izostavljen iz državne strategije turizma?

Odgovor na sva ova pitanja je, naravno, teško dati u nekoliko zaključnih rečenica. Iz perspektive turističke privrede koja svoj razvoj bazira na isključivo prirodnim

potencijalima i prilično ograničenim materijalnim sredstvima, i sa te strane, ovakav pristup je donekle razumljiv. I ako je turizam u Crnoj Gori strateška privredna grana, sopstvena ulaganja u turizam su ograničena iz prostog razloga što su druge privradne grane, metalurgija, drvoprerada, energetika isl. u drastičnom padu i zahtijevaju državne subvencije, što za posljedicu ima niske investicione budžete za sektor turizama. Strane investicije su se pokazale kao pravi put za razvoj kako turističke privrede, tako i za razvoj čitave države. „Porto Montenegro“ je pravi primjer, pokretača razvoja niza investicija prevashodno u Boki.

Sa sociološkog aspekta posmatrano, ovakav vid investicija, dovodi veliki broj stranaca u našu zemlju, kako gostiju, tako i radne snage, pogotovo u deficitarnim zanimanjima. Najčešći stranci su top menadžeri iz zapadnih zemalja, kao i srednji i niži menadžment i radna snaga iz šireg i užeg okruženja. Svi oni sa sobom donose sopstvenu kulturu, navike, koje se neumoljivo prožimaju sa navikama i kulturom domicilnog stanovništva, i spadaju u domen interkulturalne komunikacije. Ta „mentalna razmjena“ u principu uvijek donosi progres, na dugi rok, kako kod jednih tako i kod drugih, dok na početku tog susreta različitih svjetova, mogući su otpori i potencijalni problemi. Shodno činjenici da je Crna Gora tradicionalno gostoprimaljiva i turistički orijentisana, prisustvo stranaca nije rijetka pojava. U svakom slučaju ova činjenica ne bi trebala da zabrinjava, ali joj se mora posvetiti dodatna pažnja.

Na kraju, sveobuhvatno posmatrajući primjere Las Vegasa, Diznilenda, Deadwooda i Makaoa, stiče se utisak da su te destinacije imale znatno manje prirodnih pa i drugih resursa u odnosu na Crnu Goru osim vizije i kuraži. Naravno, ni na tim destinacijama nije sve bilo idealno kako na početku, tako ni do današnjeg dana.

Medutim, mora se istaći da je Las Vegas od pustinje postao grad svjetlosti, zanimljiv, bezbjedan grad, koji osim ljudi željnih kocke, privlači čitave porodice sa malom djecom i pruža potpuno zadovoljstvo, za svaku generaciju.

Slična je situacija sa Diznilendom koji je, osim epiteta najpoznatijeg zabavnog parka na svijetu, ponio i epitet najbezbjednijeg i najintersantnijeg, u kome čak ni neopisive gužve i duga čekanja u redu ne predstavljaju problem i ne čine posjetioce nervoznim, jer je i tom, na izgled sitnom detalju, posvećena dužna pažnja.

Nadalje, što bi bio gradić Deadwood u državi Južna Dakota, osim provincijskog rudarskog gradića koji kuburi sa neprestanim odlivom stanovništva zbog loših uslova

života , loših škola itd. da nije donijeta krupna odluka o strateškom razvoju, pa je danas primjer za čitavu državu i region.

Makao bi nesumnjivo bio interesantan, kao daleka istorijska spona istoka i zapada, ali samo rijetkim biznismenima koji bi u taj dalekoistočni grad došli da trguju tekstilom ili porcelanom, bez namjere da se tu zadrže duže nego što traju poslovni sastanci.

Treba apostrofirati činjenicu da su to gradovi, turističke atrakcije koje su iznikle, praktično ni iz čega, a danas su destinacije sa punom zaposlenosti stanovništva, sezonom koja traje tokom čitave godine i sa često prebukiranim kapacitetima. I pored svega toga one se i dalje permanentno šire i razvijaju, i to najčešće u pravcu dopune ponude koja im nedostaje, prateći i implementirajući korake i dostignuća tehnološke revolucije.

Na kraju treba se osvrnuti i na kuraž, upornost, poslovnu etiku i smisao za biznis našeg slavnog sunarodnika Vasa Ćukovića. Slavu koju je stekao u kockarskom poslu i ogromno bogastvo, nesebično je uložio u svoj rodni kraj u risansku bolnicu, što je za našu državu od izuzetnog značaja do današnjeg dana.

BIBLIOGRAFIJA

1. **R. Božović**, *Slobodno vrijeme*, Univerzitetska riječ, Nikšić 1995. god.
2. **R. Barlow**, *Gambling had role in religious history*, The Boston Globe, Decembar 2. 2007. god.
3. **F. Coalter and N.C.A. Parry**, *Leisure and Sociology of leisure*, London 1982. god.
4. **D. Čomić, Lj. Kolesar, S. Štetić**, *Globalna Fuga – Globalizacija postmodernog turizma*, DP “Đuro Salaj” Beograd 2001. god.
5. **D. Čomić, M. Đorđević**, *Sociologija sa sociologijom turizma*, Beograd 1989. god.
6. **J. Dumazedier**, *The Sociology of leisure*, Elsevier Scientific Publishing Company, Amsterdam 1984. god.
7. **S. Elaković**, *Sociologija slobodnog vremena i turizma*, Centar za izdavačku djelatnost Ekonomskog fakulteta u beogradu, Beograd, 2006. god.
8. **V. K. Edelman**, *Möglichkeiten und Grenzen des Fremdenverkehrs in Entwicklungslandern*, Revenue de turisme, 1/1975 god
9. **E. Fink**, *Osnovni fenomeni ljudskog postojanja*, Nolit, Beograd 1984. god.
10. **T. Grgurević**, *Narodni dobrotvor Vaso Ćuković*, NVU „Dobrotvor Vaso Ćuković“, Vukčević i Uliks, Risan, 2008. god.
11. **A. Gotlieb**, *Americans' vacation*, Am. Tourismus Res. 9: 165, 1982. god.
12. **C.R. Goeldner, B. Richie J.R., R.W. McIntosh**, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley&Sons, New York 2000. god.
13. **A. Haulot**, *Le crise de tourisme et les espoirs qu'elle implique*, Revue de l'academie International du Turisme 109, 1975. god.
14. **C. Humphrey**, *Gambling Law US*, Retrieved 22.09. 2012 god.

- 15. M. Ilić**, *Sociologija kulture i umjetnosti*, Naučna knjiga, Beograd, 1983. god.
- 16. B. Jokić**, *Turizam u sociokulturološkoj perspektivi*, Ekonomski fakultet, Zagreb, 1994. god.
- 17. H.J. Knebel**, *Soziologische Strukturwandelungen im modernen Tourismus*, Stuttgart, 1960. god.
- 18. S. Marković, Z. Marković**, *Osnove turizma*, Školska knjiga, Zagreb, 1970. god.
- 19. S. Nikić**, *Sociologija turizma i održivi razvoj*, FMS, Tivat 2012. god.
- 20. N. P. Nickerson**, *Annals of Tourism Research*, Vol 22. NO. 1. 1995. god.
- 21. F. Oppenheimer**, *Zur Soziologie des Fremdenverkehrs*, Arcchiv fur den Fremdenverkehr. No 2, 1932. god.
- 22. A. S. Orlov**, *The Sociology of Recreation*, Nauka, Moscow, 1995. god.
- 23. S. Parker**, *The Sociology of Leisure: Progress and Problems ,The British Journal of Sociology*, vol. 26, no. 1, 1975. god.
- 24. P.L. Pearce, G. Moscardo, G.F. Ross**, *Tourism and Community Relationship*, Pergamon, U.K. 1996. god.
- 25. R. Ravkin**, *Sociološki aspekti turističke culture*, Istarska naklada, Pula, 1983 god.
- 26. C. Rojek**, *Ways of escape: Modern Transformation of Leisure and Travel*, Macmillan, London, 1993. god.
- 27. J. Senečić, B. Vukonić**, *Marketing u turizmu*, Školska knjiga, Zagreb 1993. god.
- 28. S. Tomović-Šundić**, *Studije i ogledi iz antropologije*, ITP "Zmaj", Novi Sad 2004.god.
- 29. B. Vukonić**, *Turizam i razvoj: Sa posebnim naglaskom na zemlje u razvoju*, Školska knjiga, Zagreb 1987. god.

30. J. Wilson, *The Sociology of Leisure*, Annual Review of Sociology, vol. 6, 1980. god.

31. *www.disnyinternational.com*

32. *www.lasvegas.com*

33. *www.cruise-casinos.com*

34. *www.unwto.com*

35. *www.turizamiputovanja.com*