



KULTURA TURIZMA

TATIANA BAJUK SENČAR

Tatiana Bajuk Senčar
•
KULTURA TURIZMA
ANTROPOLOŠKI POGLEDI NA RAZVOJ BOHINJA



Tatiana Bajuk Senčar
Kultura turizma
Antropološki pogledi na razvoj Bohinja

Recenzenta Frane Adam, Irena Weber
Jezikovni pregled in redakcija Tinka Selič
Oblikovanje Milojka Žalik Huzjan

Izdajatelj Inštitut za antropološke in prostorske študije
ZRC SAZU
Za izdajatelja Ivan Šprajc
Založnik Založba ZRC, ZRC SAZU
Za založbo Oto Luthar
Glavni urednik Vojislav Likar

Tisk Collegium graphicum, d. o. o., Ljubljana

Izid knjige je podprla Agencija za raziskovalno dejavnost RS.

Fotografija na ovitku: *Bohinj* (foto Miha Pavšek)

CIP - Kataložni zapis o publikaciji
Narodna in univerzitetna knjižnica, Ljubljana

338.48:39

BAJUK Senčar, Tatiana

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

ISBN 961-6568-09-4

222655744

Digitalna verzija (pdf) je pod pogoji licence CC BY-NC-ND 4.0 prosto dostopna:
<https://doi.org/10.3986/9616568094>

TATIANA BAJUK SENČAR

KULTURA TURIZMA
ANTROPOLOŠKI POGLEDI
NA RAZVOJ BOHINJA

KAZALO

PREDGOVOR	7
IZZIV GLOBALIZACIJE	13
Osnovne dimenzije globalizacije	15
Razprava o glavnih stališčih in kritikah globalizacije	19
Globalizacija, kultura in turizem	24
ANTROPOLOGIJA TURIZMA V DOBI GLOBALIZACIJE.....	33
Pregled zgodovine antropologije turizma	34
Turizem kot obred	35
Turizem kot oblika razvoja.....	39
Posledice turizma na gostiteljskih kulturah.....	43
Kultura turizma in turizem kot kultura	50
USKLADITEV LOKALNEGA IN GLOBALNEGA	61
Izzivi globalnega turizma	61
Lokalizacijske strategije kot način snovanja identitete	70
Zgodovina kulturne krajine Bohinja	75
DRUŽBENE DIMENZIJE TURISTIČNE KRAJINE BOHINJ.....	87
Bohinjski družbeni akterji.....	88
Lokalni institucionalni akterji	97
Pomen lokalizacijskih strategij	101
Lastniki vikendov	103
Nacionalni institucionalni akterji.....	105
OAZA MIRU ALI GIBALO RAZVOJA? TURISTIČNA PRAKSA V BOHINJU	113
Koncepti turističnega razvoja	115
Družbene dimenzije turističnega kraja	128
Investicijske dileme.....	131

RAZVOJ IN VPRAŠANJE AVTENTIČNOSTI.....	141
Turizem in vprašanje avtentičnosti.....	142
Avtentičnost, avtonomnost in razvoj.....	146
Avtonomnost, avtentičnost in razvoj turizma v Bohinju	149
Narava, kultura in razvoj	153
Sklep.....	162
REFERENCE IN VIRI	166

PREDGOVOR

Pričujoča monografija predstavlja antropološki pristop k razumevanju sodobnih oblik turizma in vplivov turizma na kulturo, zlasti na kulturo tistih družb, ki se odločajo, da na svojem območju vzpostavijo turistične kraje in od turizma živijo. Med antropologi je dolgo obstajal predsodek, da potovanje turistov in njihovih obiskov tujih kultur ne gre razumovati drugače kakor površno dejavnost, zato so turizem kot morebitni predmet analize dolgo ignorirali. Sedaj pa je stanje tako, da turizma in turistov sploh ne morejo prezreti, zlasti zato, ker so pri svojih terenskih raziskavah po svetu stalno v stiku s turisti; pravzaprav se turizmu in turistom fizično ne morejo več izogniti. Pred kakšnimi štirimi desetletji so si antropologi začeli resneje zastavljati vprašanja o turizmu, zlasti zato, ker – po besedah antropologa Davydda Greenwooda – turizem predstavlja najobsežnejši pretok blaga, storitev in ljudi, kar ga je človeštvo kdaj doživelo.¹ Ta pretok ljudi po svetu že sam po sebi predstavlja pomemben kulturni fenomen, tudi če pri tem sploh ne upoštevamo vplivov turizma tako na gostiteljske skupnosti kot na same turiste, ki imajo možnost, da iz prve roke izkušajo bogastvo kultur vsega sveta ter se soočajo z realnostjo kulturne različnosti.

Pojav globalizacije na svetovni sceni pa še poudarja potrebo po razumevanju narave in vloge tistih procesov, s katerimi se spreminjajo odnosi med pripadniki različnih družb in kultur. V strokovni javnosti še ni konsenza o naravi globalizacije ali o oceni njenih učinkov, predvsem zato, ker ta pojem predstavlja mnogo različnih procesov, ki so še vedno v teku. Priznati pa je treba, da se bistvo globalizacije v turizmu kaže kot hkratni pojav vedno večje integracije ekonomskih tokov in vedno tesnejšega povezovanja ljudi preko meja posameznih kultur. Pravzaprav turizem kot globalni pojav predstavlja tudi enega izmed kulturno najintimnejših procesov ter tisto obliko globalizacije, s katero bo neposreden stik imelo največ ljudi, bodisi kot turisti bodisi kot gostitelji. Tako lahko turizem razumemo kot enega izmed najpomembnejših kulturnih

¹ »(Tourism is) the largest scale movement of goods, services and people that humanity has perhaps ever seen.« Greenwood 1989: 171.

pojavov našega časa in vrednega podrobne strokovne pozornosti, tudi s strani antropologov.

Glavno vprašanje monografije – kako oceniti vpliv turizma kot globalnega pojava na razvoj in identiteto nekega turističnega kraja – je postavljeno v kontekst pregleda strokovnih diskusij o globalizaciji nasploh in razvoja same antropologije turizma. Globalizacija je v vseh svojih oblikah, tudi v primeru turizma, predmet vplivnih, a ne vselej točnih predstav in predsodkov. V prvem poglavju monografije so predstavljene glavne teorije o globalizaciji in poglavitna stališča – pozitivna in negativna – razprav o razvoju globalizacije in o njenih učinkih, zlasti na posamezne kulture. Na ta način so tudi identificirana vprašanja glede turizma in globalizacije, ki jih obravnava etnografski del knjige, osredotočen na terensko raziskavo v Bohinju. Drugo poglavje se loteva glavnih tokov in problemov antropologije turizma, s poudarkom na tisti literaturi, ki se posveča ekonomskim in kulturnim učinkom turizma, predvsem ocenjevanju prevladujočega ekonomskega diskurza o turizmu kot učinkovitem sredstvu za pospeševanje razvoja. Iz etnografskih analiz številnih gostiteljskih skupin, omenjenih v tem poglavju, je razvidno, kako so antropologi jasno dokazali, da je bil uspeh turizma kot razvojne strategije odvisen od številnih dejavnikov, med katerimi je svojo vlogo igrala tudi kultura turističnega kraja. V tem poglavju so omenjene tudi tiste antropološke raziskave, ki obravnavajo mednarodne oziroma globalne dimenzije turizma pa tudi razvoj vprašanja ekonomske in kulturne odvisnosti (ali, nasprotno, avtonomnosti) neke turistične destinacije kot kriterija uspešnosti razvojne strategije turizma na posameznih lokacijah. Prikazano je tudi, kako se antropologija turizma loteva povezave med kulturo in turizmom, zlasti v sedanji situaciji, ko kultura ni mišljena samo kot učinek turizma (v smislu vplivov, ki jih ima turizem na razvoj identitete članov kulture oziroma družbe, ki je hkrati tudi gostiteljska skupnost), ampak ko kulturni turizem postaja vedno popularnejši tako pri turistih kot pri gostiteljih. Pozornost, ki jo antropologi posvečajo vsem oblikam vprašanja kulture v turističnem procesu, omogoča zasnovo realnejšega analitičnega pristopa k vprašanju vloge turizma pri razvoju gostiteljskih skupnosti.

Kot dopolnilo k obravnavi prispevkov, ki jih antropologija turizma ponuja analizi tega fenomena, se monografija tudi ob etnografski raziskavi Bohinja dotakne izzivov, ki jih globalni turizem predstavlja za antropologijo samo in za zanj značilne raziskovalne metode. Obravnavanje izzivov, s katerimi se antropologija sooča pri pojavu globalnega turizma, zadeva enega od najpomembnejših vprašanj te monografije: kako pri etnografiji turističnega kraja upoštevati globalne dimenzije turizma in dejstvo,

da je tak kraj vpet v mednarodni turistični sistem? Kako upoštevati vse procese in vse družbene akterje, ki vplivajo na razvoj nekega turističnega kraja in ga oblikujejo? Kako sploh oblikovati mnenje o vplivu turizma na razvoj turističnega kraja, če teh procesov in akterjev ne upoštevamo? Tretje poglavje obravnava to vprašanje ob analizi trenutnega stanja v antropologiji, ki se sooča s kritičnimi refleksijami o uporabnosti terenskega dela – raziskovalne modele, ki temelji na daljšem bivanju v nekem kraju – saj so kulture in družbeni akterji, ki so predmet antropoloških raziskav, vedno bolj dinamični in mobilni. Raziskovalni načrt, ki je bil zasnovan za študij Bohinja in je tudi delni odgovor na to vprašanje, temelji predvsem na Appaduraijevemu konceptu lokalnosti (*locality*), ki zadeva prostorsko dimenzijo identitete ter povezavo med lokalnim in globalnim pri oblikovanju družbene identitete določenega kraja (Appadurai 1996: 178–199). V svoji analizi obravnavam turistični kraj Bohinj kot kulturno krajino, ki turistični kraj ni od nekdaj (saj takšni niti ne obstajajo), ampak je produkt številnih družbenih in kulturnih dejanj ter procesov, na podlagi katerih neki kraj postane privlačen za turiste. Terenska raziskava Bohinja je torej upoštevala meje turistične pokrajine, ki jih sami družbeni akterji določajo s svojimi dejanji, ne glede na to, ali te meje sovpadajo z mejami fizične oziroma naravne krajine Bohinja, saj ob mapiranju terena družbene pokrajine upoštevamo in raziskujemo tudi vlogo akterjev, ki niso prostorsko vezani na kraj. Kljub temu pa so tudi tovrstni družbeni akterji družbeno vezani na Bohinj, saj sooblikujejo proces njegovega nastajanja, ohranjanja ali spreminjanja kot turističnega kraja.

Etnografski del monografije tako ob kratki zgodovini turizma v Bohinju predstavlja družbeni zemljevid Bohinja kot turističnega kraja in etnografski opis tamkajšnje turistične prakse. Družbeni zemljevid označuje in vključuje vse vrste ljudi in institucij na lokalni, regionalni, nacionalni in mednarodni ravni, ki sooblikujejo bohinjsko turistično pokrajino – od tistih domačinov, ki turistom oddajajo sobe, do nacionalnih turističnih organizacij in predstavnikov države oziroma ministrstev, ki razvijajo državno turistično politiko. Ob družbenem zemljevidu so predstavljene tudi prakse ali dejanja, s katerimi vsi ti akterji »mapirajo«, oblikujejo družbeno pokrajino in vsakdanje življenje v turistični destinaciji. Na tak način je obravnavana paleta različnih možnosti, ki jih je turizem nudil domačinom, in različne oblike turizma in storitev, ki so se razvile v Bohinju ob prihodov turistov. Nadalje analiza vlog akterjev in institucij, ki so sestavni del družbenega zemljevida, omogoča študij povezav med domačini in akterji zunaj prostora turistične destinacije, ki vplivajo na razvoj turizma v Bohinju. Kakšne so družbene mreže oziroma povezave,

ki imajo svojo vlogo v turistični praksi, in kakšen je položaj domačinov v teh mrežah?

Študij družbenega zemljevida in družbenih mrež, ki so njegov sestavni del, vključuje tudi analizo različnih vizij in načrtov, ki jih imajo akterji glede razvoja turizma v Bohinju – od zagovornikov vizije, ki kot prednostno zagovarja ohranitev Triglavskega narodnega parka in sonaravno, vzdržljivo obliko turizma, do tistih, ki vidijo turizem predvsem kot gibalno ekonomskega razvoja in poudarjajo potrebo po uvajanju njegove čimbolj dobičkonosne oblike. Monografija prikazuje, kako ti akterji delujejo, kakšni so njihovi medsebojni vplivi, katere mehanizme in poti imajo na voljo, da argumentirajo in uresničujejo svoje vizije oziroma načrte, in katera vizija (če sploh katera) prevladuje v Bohinju.

Na podlagi analize turistične prakse in oblikovanja bohinjske turistične pokrajine se vrnemo k vprašanju avtentičnosti, ki je za antropologe pogosto indikator vplivov turizma na določeno kulturo. V antropološki stroki je bilo praviloma mišljeno, da so kakršno koli kulturno spremembo ob pojavu turizma negativno ocenili in imeli za znak odvisnosti kulture gostiteljev od kulture, iz katere izhajajo turisti. Tako stališče je predpostavljalo, da se avtentične kulture ne spreminjajo. Vendar je glede na samo naravo turizma ter na realnost globalizacije, ki delno temelji na novih oblikah vezi med različnimi kulturami, v kontekstu stanja v Bohinju obravnavano, ali je pojem avtentičnost, ki ga je razvil Erve Chambers, primeren. Za Chambersa je avtentičnost neke kulture povezana s stopnjo samoodločanja, ki jo ima ta kulturna skupnost glede kulturnih sprememb; torej je pomembno ugotoviti, ali je sprememba za člane določene skupnosti družbeno smiselna. To je osnova za zaključno razpravo o tem, koliko je avtentičnost kulture primerno merilo vplivov turizma na razvoj nekega kraja in kaj lahko antropologija prispeva k strokovnim diskusijam o razvoju nasploh (Chambers 2000: 98–99).

Te knjige ne bi držali v rokah, če ne bi bilo dobre volje, podpore in pomoči mnogih ljudi. Najprej bi se rada zahvalila vsem tistim, ki so si vzeli čas za pogovor z menoj v sklopu mojega terenskega dela v Bohinju, v Ljubljani in drugod po Sloveniji. Zahvaljujem se jim, da so se z menoj sestali, da so me v svojih domovih in pisarnah sprejeli ter z menoj delili svoje poglede na turizem, Bohinj in razvoj. Vsi moji sogovorniki v tej knjigi ostajajo anonimni; večina citatov, ki jih boste našli v knjigi, so izjave, ki so bile objavljene v tiskanih medijih. Izrekli so jih družbeni akterji v turizmu, ki so hkrati javne osebe. Anonimnost je brezpogojna nujnost terenskega dela v domačem okolju.

Moje raziskave o turizmu so omogočila sredstva Ministrstva za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo RS ter Kompassa, d. d. Zahvaliti se želim tudi svojim kolegom na Inštitutu za antropološke in prostorske študije ZRC SAZU za njihovo podporo: to je bil intelektualni prostor, ki mi je omogočal izvajanje raziskovalnih interesov. Ireni Weber se zahvaljujem za branje delov rokopisa in za njene pronicljive komentarje. Njej in Fragnetu Adamu se zahvaljujem za njuno recenzentsko delo. Uredniški ekipi Založbe ZRC pa se zahvaljujem za njihovo potrpljenje in pomoč pri vseh etapah založniškega procesa.

Na koncu se iz srca zahvaljujem svojemu soprogu Igorju za njegovo potrpežljivost, brezpogojno podporo in pomoč, ki me je spremljala od začetka do konca nastajanja te knjige. Knjigo posvečam njemu in hčerkici Heleni, ki naju sedaj spremlja na najinih potovanjih.

IZZIV GLOBALIZACIJE

Živimo v času, ko besedo »globalizacija« slišimo skoraj vsak dan; v časopisih beremo o globalizaciji in o globalnih temah, o globalizaciji poročata radio in televizija. Če geslo »globalizacija« vnesemo v bibliografski sistem COBISS, ugotovimo, da v slovenskem javnem prostoru obstaja že več kot 4.000 publikacij o globalizaciji. To ni zanemarljiva številka, zlasti če upoštevamo, da se je pojem globalizacije prvič odmevno pojavil pred kakšnimi petnajstimi leti.

Kako proces globalizacije oblikuje svet, v katerem živimo? Kaj lahko pričakujemo od globalizacije? Kaj nam lahko ponudi? Kakšne težave, izzive in nevarnosti predstavlja proces globalizacije? Javni prostor je prenasičen z vprašanjem globalizacije, tako da se lahko seznanimo s celo paleto analiz in stališč o tej temi, od prekipevajočih in gorečih poročil o koristi in možnostih, ki jih globalizacija ponuja, do uničujoče kritike o njenih imperialističnih težnjah ter do izjav, da globalizacija sploh ne obstaja. Globalizacija je tema, ki v ljudeh vzbuja močne odzive. Če upoštevamo razširjeno in presenetljivo dobro organizirano protiglobalizacijsko gibanje in njegove proteste po vsem svetu, spoznamo, da mnogi globalizacijo ne le zelo resno jemljejo, ampak tudi čutijo potrebo, da reagirajo proti tistim procesom, ki naj bi bili njen sad.

Ko se soočimo s preobiljem teorij, stališč, konceptov in analiz, ki obravnavajo globalizacijo, je morda naša prva reakcija želja po opustitvi celotne zadeve. Kaj globalizacija sploh lahko ponudi posamezniku? Kje znotraj teh procesov je prostor za ljudi? Kaj je pravzaprav globlji pomen globalizacije? Namen pričujoče monografije je lotiti se teh vprašanj preko analize ene izmed glavnih globalnih industrij – turizma. Turizem je bil nekoč opisan kot »največje posamezno miroljubno gibanje ljudi preko kulturnih meja v zgodovini sveta«. ² Turizem je eden izmed pojavov globalizacije, o katerem ima neposredne izkušnje verjetno največ ljudi, bodisi kot turisti bodisi kot njihovi gostitelji. Moramo se tudi zavedati, kako močno diskusije o globalizaciji vplivajo na predstave o turizmu. Kot izred-

² »(Tourism is) the single largest peaceful movement of persons across cultural boundaries in the history of the world«, v: Lett 1989: 275.

no dobičkonosna in perspektivna industrija in kot vedno popularnejša oblika razvedrila, za katero se odloča vse več pripadnikov vseh družb in kultur, postaja turizem tudi ena izmed oblik globalizacije: njenim učinkom je mogoče slediti v vedno več različnih družbah in kulturah ter v različnih družbenih razredih.

Tako postajajo vprašanja o globalizaciji in globalnih procesih vedno bolj relevantna za kulture in skupnosti, ki se za turizem odločajo – da bi postale turistične destinacije ali da bi sprejele turizem kot pomembno gospodarsko dejavnost za člane svoje družbe. Kakor obstajajo različne, včasih tudi nasprotujoče si predstave o globalizaciji, tako obstaja tudi velika raznolikost na področju analiz in izkušenj v turizmu, zlasti kadar se neka družba oziroma skupnost pri odločanju, da se odpre globalnim turističnim tokovom, dotakne vprašanja kulturnih in ekonomskih učinkov.

Pričujoča monografija se na antropološki način loteva zgoraj omenjenih tem o turizmu in globalizaciji, zlasti tistih, ki zadevajo odnos med turizmom in kulturo. S pomočjo antropoloških analitičnih orodij ta vprašanja razstavlja in obravnava ne le na teoretični, temveč tudi na praktični ravni, na kateri jih gostje in gostitelji v turizmu vsak dan izkušajo. Nadalje monografija prikazuje tudi številne pomembne izzive, ki jih raziskave o turizmu prinašajo antropologiji in s katerimi se mora veda soočiti, če želi preživeti v globaliziranem svetu.

Zakaj se je pri raziskavah o turizmu treba resno lotiti globalizacije? Mar turizem ni obstajal, preden se je o globalizaciji sploh začelo govoriti? Res je, da se je turizem razvil v svetovno industrijo, preden je globalizacija postala tako vsakdanji koncept. Vendar pa je v tem kontekstu nujno poudariti ravno tisto, kar je povezano z vsakdanjostjo globalizacije. Koncepti globalizacije in predstave o svetu, ki nam jih ti koncepti vzbudijo, imajo izredno družbeno moč. Javni prostor je zasičen z globalizacijskimi podobami, ki na svojevrsten način vplivajo na naše predstave o tem, kako so kulture in države, o katerih smo še pred nedavnim razmišljali kot o ločenih, med seboj povezane. Antropologinja Anna Tsing poudarja, da imajo retorika in koncepti globalizacije univerzalistične ambicije, kar pomeni, da sami po sebi vsebujejo trditve, da so njihove teorije o globalni dinamiki in kulturah povsod veljavne. Pogosto je težko obdržati kritično razdaljo do takšnih teorij, razlaga Tsingova, saj njihova učinkovitost in družbena moč izhajata iz tega, da delujejo kot morebitni nevtralni okvir oziroma ozadje za svetovne dogodke. Vendar te domnevne nevtralnosti ali trditve o transparentnosti ne bi smeli nekritično sprejeti; nasprotno, treba je identificirati in analizirati obstoječe globalizacijske modele in preveriti njihove univerzalistične trditve skupaj z razvojem dogodkov v

realnem svetu (Tsing, 2000). Nadalje, ne glede na to, ali verjamemo v »dobo globalizacije« ali ne, ni mogoče zanikati številnih sprememb, ki so se pojavile v globalnem kontekstu in ki tudi vplivajo na razvoj globalnega turizma, tudi če se ne strinjamo s pomenom, ki jim ga nekateri strokovnjaki pripisujejo.

Nadaljevanje ne prinaša izčrpne obravnave in ocene teorij in modelov o globalizaciji, saj bi samo to temo lahko predstavili v samostojni monografiji. Namesto tega bo na naslednjih straneh podan opis temeljnih dimenzij globalizacije, glavnih stališč njenih zagovornikov in kritikov ter pomen teh teorij za naše razumevanje turizma in kulture.

Osnovne dimenzije globalizacije

O globalnih namesto o mednarodnih razsežnostih je med prvimi govoril strokovnjak za medije Marshall McLuhan: leta 1964 je kot prvi opisal svet kot »globalno vas«. V svoji knjigi je poudaril, da je razvoj v tehnologiji komunikacije preoblikoval možne odnose med fizično oddaljenimi družbami do te mere, da se je svet preoblikoval v »globalno vas« (McLuhan 1964). Čeprav sta se pojma »globalna vas« in »globalizacija« uveljavila kot analitična koncepta šele dobrih 25 let pozneje, so tudi drugi teoretiki v svetu opazili spremembe, ki naj bi po njihovem mnenju označevale začetek nove dobe. Med najbolj znanimi je bil David Harvey, ki je uvedel pojem *time-space compression*, da bi pojasnil novo obdobje v razvoju svetovnega kapitalističnega sistema. Harveyjev argument je temeljil na dejstvu, da je prišlo do bistvene spremembe v kapitalizmu, ki je za razvoj svetovnega reda tako pomembna, kot je bila industrijska revolucija za razvoj kapitalizma v Angliji v 18. stoletju. Dosežki v razvoju tehnologije transporta in komunikacij so po Harveyjevem mnenju omogočili pospešitev razvoja kapitalizma do te mere, da je to vplivalo na vloge, ki sta jih dotlej imela čas in prostor – namreč kot omejitvi pri kapitalistični produkciji. Drugače rečeno, razvoj kapitalizma se je zaradi pojava teh tehnologij tako pospešil, da je dobesedno »stisnil«, »zgostil« prej veljavne predstave o času in prostoru kot omejitvah za izdelavo in distribucijo blaga (Harvey 1989). Erozija fizičnih in časovnih razdalj, ki so nekoč določale možnosti izbire odnosov med fizično oddaljenimi družbami, državami ali posamezniki, sedaj omogoča razvoj povezav in zvez, ki presegajo okvire tudi najbolj zapletene teorije mednarodnega razvoja.

Diskusije o pomenu tovrstnih tehnoloških sprememb, ki so se vrstile v drugi polovici osemdesetih let, so se razvile v kontekstu velikih

političnih premikov, zlasti padca komunizma v srednji in vzhodni Evropi ter v bivši Sovjetski zvezi. Ti dogodki so pospešili konec hladne vojne kakor tudi konec »obdobja treh svetov«, kot je Michael Denning označil geopolitično stanje v obdobju hladne vojne in prevlado kategorij »prvi«, »drugi« in »tretji svet« (Denning 2004). Konec obdobja treh svetov je tudi prispeval k odstranitvi političnih mej, ki so do tedaj ovirale pretok ljudi, idej, kapitala in blaga, in s tem omogočil, da je tehnološki razvoj zajel ves svet. Številni teoretiki trdijo, da sta bila konec hladne vojne in dejstvo, da svet ni bil več razdeljen na tri različne bloke, tista ključna dejavnika, ki sta navdihnili zamisel o začetku nove, mednarodne oziroma globalne ureditve. Večji del navdušenja, ki je značilen za prve teorije o globalizaciji, je tako mogoče pojasniti z zgodovinskimi dogodki leta 1989.

Globalizacija ima več dimenzij. Če so obdobje po drugi svetovni vojni določale hladna vojna in meje med tremi svetovi, je osrednja značilnost globalizacije čezmejno kroženje, pa naj gre za tokove kapitala, blaga, tehnologije, znanja, ljudi, medijskih podob ali idej.

Mnogi kritiki globalizacije trdijo, da kroženje, potovanja in povezave med kulturami, državami in ekonomijami obstajajo že stoletja, morda tisočletja. To je seveda res, ampak moramo upoštevati dejstvo, da je bilo prej treba posvetiti bistveno več časa, truda in denarja za ohranjanje teh povezav, zlasti v primerjavi s hitrostjo in udobjem, s katerima je vse to mogoče sedaj. Živimo v času, ko turisti masovno potujejo po vsem svetu samo z namenom, da bi se sprostil in iskali nova doživetja, lahko tudi samo za konec tedna. Ravno to relativno udobno kroženje predstavlja celo paleto novih možnosti in dopušča razvoj novih ekonomskih, političnih in kulturnih povezav.

V ekonomskem smislu to udobje omogoča hiter in relativno neoviran pretok kapitala iz ene države v drugo za različne namene, od špekuliranja s tujimi valutami do sestavljanja mednarodnih korporacij in delovanja trgovinskih blokov, kot je Mercosur v Latinski Ameriki. Iz tega izhaja nova raven medsebojne odvisnosti med ekonomijami po svetu, ki lahko tudi ljudem nudi nove priložnosti: postati delovna sila za različna podjetja, ki imajo sedež lahko na drugem koncu sveta. Teoretična možnost izdelave nekega izdelka kjer koli na svetu sovpada tudi s širjenjem domene prodaje – tako so nekatere trgovske znamke navzoče povsod, po vsem svetu, in nekateri jih enačijo (bodisi v negativnem bodisi v pozitivnem smislu) s samim bistvom globalizacije: Nike, Sony, Coca-Cola itd. (Denning 2004: 31).

Globalno razsežnost množičnih javnih občil (*mass media*), globalno kroženje medijskih podob in razvoj novih oblik komunikacije, zlasti in-

terneta, številni teoretiki pojmujejo kot možnost, da lahko posamezniki brez težav, z doslej nepredstavljivo lahkoto vzpostavijo in vzdržujejo vezi preko razdalj in meja. Te nove oblike komunikacije so, denimo, popestrile paleta povezav med zamejskimi in domačinskimi skupnostmi določenih kultur, kar vpliva na možne identitete, ki jih lahko ljudje posvojijo oziroma prevzamejo zunaj svoje domovine. Številni analitiki, vključno z antropologom Arjunom Appadurajem, poudarjajo vlogo interneta pri razvoju novih skupnosti, ki ne temeljijo na osebnih stikih in tako niso pogojene z omejitvami časa in prostora v klasičnem smislu. Appaduraju delo Benedicta Andersona o nacijah kot »zamišljenih (*imagined*) skupnostih« in o vlogi tiskanih medijev za razvoj nacionalizma (Anderson 1983) pomeni osnovo za argument, da se posamezniki lahko preko zvez, ki jih vzpostavijo in obdržijo preko interneta, čutijo pripadnike neke nove »virtualne« skupnosti (Appadurai 1996).

V nadaljevanju obravnavanja teme o predstavah (*imagination*) se Appadurai osredotoča tudi na pomen globalnega kroženja medijskih podob, ki jih širijo različni mediji. Appadurai trdi, da si posameznik svoje življenje predstavlja na podlagi cele množice takih podob, ki jim je izpostavljen preko množičnih javnih občil. Te podobe zanj postanejo podlaga za oblikovanje lastne sfere mogočega v življenju, v kateri si ustvarja svoje sanje, ambicije, načrte. Po Appadurajevem mnenju to predstavlja neki »zamišljeni svet«, čigar obzorje se lahko znatno širi ob različnih podobah, ki jim je posameznik izpostavljen. Te podobe, ki lahko predstavljajo za posameznika nove svetove možnosti, lahko vplivajo na način, kako si ljudje predstavljajo svojo življenjsko pot, ambicije, študij, poklic, delo, družinsko življenje, svoj prosti čas, svoja potovanja itd.

Globalni tokovi, ki sedaj označujejo novo dobo, se nanašajo tudi na nove vidike kroženja ljudi po svetu, bodisi kot priseljencev, gostujočih delavcev, študentov, potnikov in seveda tudi turistov. Del tovrstnih tokov ljudi, zlasti v primeru beguncev in izgnancev, predstavlja izrazito neprostoVOLJNI način kroženja ljudi; druge načine pa bi lahko opisali kot posledico priložnosti, ki so vedno bolj dostopne vse večjemu številu ljudi zaradi dosegljivosti, hitrosti in udobja raznih vrst transporta kakor tudi zaradi dejanske odsotnosti omejitev za potovanje. Seveda bi bilo nerealno zanikati tisočletno zgodovino potovanj pred globalizacijo sveta. Kljub temu pa globalistični teoretiki opozarjajo na spremembe v naravi družbenih zvez in priložnosti, ki v globalni dobi ponujajo ljudem bistveno bolj dosegljive tehnologije komunikacij in prevoza. Vse to ljudem, ki bi jih sicer ločila ne samo fizična oddaljenost, ampak tudi potreben trud (fizični in ekonomski) in čas za premostitev razdalj, omogoča različne načine

medsebojnih povezav. Fenomen, ki ga poimenujemo z *jet lag*, je lahko tudi interpretiran kot posledica dejstva, da naše telo potrebuje čas, da si opomore od hitrosti, s katero sedaj lahko premosti razdalje. V prejšnjih časih so razdalje med kulturami in državami sovpadale z našimi predstavami o kulturni specifičnosti, različnosti: drugače rečeno, da so bili tisti, ki so živeli v oddaljenih deželah, drugačni od nas, eksotični, »drugi«. Vendar te nove možnosti stikov in ti masovni pretoki ljudi pomenijo tudi drugačno stopnjo dostopnosti do fizično oddaljenih družb in držav, kakor tudi nov način sobivanja med ljudmi iz drugih kultur ali držav. K vprašanju o posledicah vzpostavljanja novih zvez se bomo v tem poglavju vrnili še nekoliko kasneje.

Druga zelo pomenljiva oblika kroženja, ki jo pogosto poistovetimo z globalizacijo, je globalni pretok idej. Tovrstno kroženje je posledica velikih napredkov v strukturah množičnih javnih občil kakor tudi v komunikacijskih tehnologijah in je zlasti očitno v politični sferi. Eden od bolj znanih primerov globalnega toka političnih idej je vzpon koncepta idealne družbe, ki je postala globalno veljavna po padcu komunizma v srednji in vzhodni Evropi ter v bivši Sovjetski zvezi. Politične reforme v teh državah so temeljile na političnih konceptih in strukturah, ki so postali globalni pojmi oziroma ključne besede v devetdesetih letih: demokracija, svoboda, socialna varnost, pravna država, civilna družba. Tako samoumevni so bili cilji, ki so se jih te družbe zastavile, da niso bile poistovetene s cilji, h katerim so težile, ampak s samim procesom reform, ki so jih uresničevale, in tako so postale znane kot tranzicijske države.

Globalno kroženje idej in globalna veljavnost, pripisana določenim idejam, lahko v določenih družbah prispevata k spremembam v politični praksi. Zelo težko bi bilo najti primer, kjer bi se neka država izrazito in brez opravičil definirala kot nedemokratska, zlasti ker demokracija sedaj postaja edini sprejemljiv način vladanja.³ Kljub temu pa seveda ni smotno sklepati, da je koncept demokracije interpretiran ali uresničen na enak način v vseh državah ali da iz univerzalnosti konsenza o določenih konceptih, kot je demokracija, logično izhaja nova globalna transparentnost v politični sferi.

Čeprav so bili do sedaj tokovi kapitala, blaga, medijskih podob, tehnologij, ljudi in idej obravnavani vsak posebej, so v praksi realni globalni tokovi težko ločljivi. Številni mednarodni pojavi temeljijo na kroženju različnih, medsebojno povezanih ravni. Težko je določiti ali orisati nara-

³ Denning 2004: 209–227, nas spomni, kako nova je prevlada demokracije tudi v zahodnih državah, ki si prilaščajo mit o demokraciji.

vo vzročnih zvez med različnimi oblikami kroženja, saj je v podporo in vzdrževanje teh tokov vpletenih veliko dimenzij in dejavnikov. Turizem v tem kontekstu predstavlja tipičen mednarodni pojav, ki vsebuje različne tokove, od katerih so potovanja turistov skupaj s ponudniki turističnih storitev, kot so vodniki ter občasni pretoki sezonskih turističnih delavcev, le najočitnejši. Vendar je turizem predvsem zelo dobičkonosna industrijska panoga, kar pomeni, da kroženje turistov predpostavlja kroženje kapitala (tujci turisti so vedno predstavljeni v uradni turistični literaturi kot dobrodošel vir tujega kapitala za gostiteljske države). Tudi investiranje v turistično infrastrukturo predstavlja tokove kapitala, bodisi na lokalni, nacionalni ali mednarodni ravni. Nadalje, turistično oglaševanje prav tako predpostavlja kroženje turističnih podob preko televizije, tiskanih medijev, radia in tudi interneta, podob, s katerimi ponudniki turističnih storitev med seboj tekmujejo in se potegujejo za pozornost in prosti čas potencialnih turistov po vsem svetu.

Razprava o glavnih stališčih in kritikah globalizacije

Glede na to, da so globalni pojavi kot turizem sestavljeni iz številnih, med seboj povezanih praks/dejanj, je težko na enostaven način oceniti globalizacijo oziroma globalne pojave, kot je turizem. Številni analitiki trdijo, da ima globalizacija veliko pozitivnih lastnosti. Ekonomska globalizacija po eni strani omogoča podjetjem, da premestijo svojo proizvodnjo v tujino, kar pomeni, da v tujini ponujajo zelo potrebne zaposlitvene priložnosti. Globalna širitev določenih podjetij ni omejena le na proizvodno sfero, ampak tudi na distribucijo in prodajo, kar pomeni, da številni produkti postanejo bolj dosegljivi večjemu številu ljudi po svetu. Obstaja celo teoretična možnost, da bi potencialni kupci lahko imeli korist od nižjih proizvodnih in transportnih stroškov, če bi se prihranki, ki so nastali ob premestitvi proizvodnje in ob nižjih cenah transporta, dejansko odražali v nižjih cenah.

Harveyjev koncept *time-space compression* predpostavlja, da razdalje postanejo manj pomembni omejevalni dejavnik pri poslovnih odločitvah, iz česar izhaja, da imajo podjetja in podjetniki za investicije in udeležanje projektov, ki sicer drugače ne bi bili uresničljivi, možnost izbire potencialnih partnerjev po vsem svetu. Taka možnost združevanja in uresničevanja projektov ni omejena zgolj na ekonomsko sfero, ampak je pojav, ki nudi velike možnosti znatnemu deležu svetovnega prebivalstva

– prav tako kot večja dostopnost do znanja in informacij, ki so bili do pred kratkim geografsko omejeni, sedaj pa prosto krožijo in predstavljajo tudi osebno priložnost za posameznike širom sveta v političnem, intelektualnem in osebnem smislu.

Odpravljanje geografskih in političnih ovir ljudem omogoča, da se lahko premikajo lažje kot kdaj koli doslej, kar pomeni, da imajo boljše možnosti, da izkusijo več sveta iz prve roke. Kratkotrajni in dolgotrajni stiki s svetom, ki so sedaj bolj dostopni večjemu delu globalnega prebivalstva, so lahko učinkovito orožje proti oviram in nerazumevanju med kulturami in narodi, saj osebne izkušnje pomagajo odpraviti predsodke, ki temeljijo na nevednosti in ki jih sicer ohranja razdalja. Turizem je lahko eden izmed globalnih pojavov, ki predstavlja možnost, da pomaga odpravljati predsodke o tako imenovanih eksotičnih, oddaljenih, »drugih« kulturah s tem, ko ljudem ponuja možnost, da razvijajo poglobljeno razumevanje sveta preko lastnih izkušenj in preko bolj utemeljene presoje kulturnih podobnosti in razlik.

Seveda ni mogoče idealistično razpravljati o vseh velikih možnostih, ki jih ponuja globalizacija, ne da bi hkrati upoštevali vse možne nevarnosti, ki jih predstavlja. Medtem ko so medsebojne povezave in kroženje osrednji motivi globalizacije, je dominacija oziroma hegemonija osrednja tema glavnih kritik, namenjenih globalizaciji. V primeru ekonomske globalizacije mnogi kritiki poudarjajo dejstvo, da se globalizacija razvija na asimetričen način, zaradi česar je mogoče, da se določene države in korporacije okoriščajo na račun drugih. Manj razvite države morajo odpraviti vse ovire svobodni trgovini, čeprav večina razvitih držav, zlasti ZDA in do neke mere države članice Evropske unije, vzdržujejo carinske tarife in druge omejitve, da bi pred konkurenco ščitile svojo domačo industrijo. Najnaprednejša podjetja v razvitih državah, ki imajo tako in tako že znatne prednosti pred drugimi podjetji, z lahkoto prevladujejo na trgih manj razvitih držav, ki ne smejo ščititi svojih podjetij. Istočasno so prav ta podjetja na domačih trgih zaščitena pred konkurenčnimi podjetji iz manj razvitih držav, ki imajo pogosto nižje cene.

Nadalje, kot trdi ekonomist Joseph Stiglitz, bivši podpredsednik Svetovne banke, to asimetrijo vzdržujejo ravno tiste finančne institucije, ki so bile ustanovljene po drugi svetovni vojni z namenom, da bi nudile podporo manj razvitim državam: Mednarodni denarni sklad, Svetovna banka in Svetovna trgovinska organizacija. Namesto da bi dopuščale možnost, da manj razvite države ščitijo svoje trge, dokler niso dovolj pripravljene soočiti se z izzivom tuje konkurence, je finančna pomoč, ki jim jo izplačuje Mednarodni denarni sklad in do neke mere Svetovna

banka, pogojena s tem, da te države obdržijo svoje trge odprte prosti trgovini in svobodni konkurenci, čeprav njihovi najmočnejši konkurenti delujejo pod bistveno ugodnejšimi pogoji. To je tudi eden izmed glavnih očitkov, ki jih tem multilateralnim institucijam namenjajo protiglobalizacijska gibanja, ki so se na globalni sceni pojavila prvič z organiziranimi protesti ob srečanju Svetovne trgovinske organizacije v Seattlu (Stiglitz 2002).

V nasprotju z ustvarjanjem vse bolj enakih izhodiščnih pogojev in priložnosti, kar naj bi se zgodilo z doslednim izvajanjem globalizacijske politike, tovrstna asimetrija po mnenju kritikov globalizacije omogoča neizpodbitno in razširjeno prevlado mednarodnih korporacij v svetu. Podobna dinamika velja tudi za globalni trg delovne sile. Številni kritiki globalizacije obsojajo vlogo mednarodnih korporacij pri izkoriščanju delavcev v manj razvitih državah. Zagovorniki globalizacije pa v svojih argumentih predstavljajo podjetja, ki selijo svojo proizvodnjo v manj razvite države, češ da delavcem ponujajo morebitne nove in donosne možnosti zaposlitve. Kritiki globalizacije označujejo isto ravnanje teh podjetij kot možnost, da podjetja selijo svojo proizvodnjo v državo z manj strogo delovno zakonodajo in manj uspešnimi sindikati, ki interesov svojih delavcev ne ščitijo tako učinkovito, kar pomeni, da ta podjetja lahko izplačujejo bistveno manjše plače, kot bi jih izplačevala delavcem v razvitih državah. Kritiki globalizacije v tem ne vidijo nove možnosti za delavce iz držav v razvoju, temveč globalistično hegemonijo ali celo neke vrste neoimperializem.

Tovrstna ekonomska asimetrija je identificirana tudi z globalno širitvijo določenih blagovnih znamk, ki so sedaj vsepovsod prisotne in pogosto izpodrivajo domače izdelke. Potujemo lahko tako rekoč na konec sveta, pa bomo tam še vedno lahko kupili Coca-Colo, Sonyjev televizor ali športne copate Nike. Kritiki z obžalovanjem opozarjajo, da namesto da bi doprinesla večjo izbiro za kupce, prihaja z globalizacijo do vedno večje globalne homogenosti ali, drugače rečeno, amerikanizacije oziroma McDonaldizacije trgov širom po svetu (Ritzer 1996).⁴

Po mnenju številnih teoretikov globalizacije fenomen amerikanizacije ali McDonaldizacije zadeva tudi globalni pretok medijskih podob, upoštevajoč prevlado proizvodnje tovrstnih podob s strani omejenega števila korporacij in držav, kot so ZDA. Kroženje medijskih podob, poudarjajo kritiki, v resnici ne predstavlja prostega pretoka za vse, saj je v

⁴ Glej tudi: Klein 2000 in Klein 2002. O vprašanju McDonaldizacije turizma glej: Ritzer, Liska 1997.

veliki meri odvisno od moči proizvajalcev medijskih podob, da omogočajo in vzdržujejo širjenje in pretok določenih medijev in določene verzije masovne kulture. Le v sferi interneta se pojavljajo resnejše možnosti za vse bolj izenačene izhodiščne pogoje in priložnosti za resnično prost pretok idej, podob in informacij.

Ena od ključnih značilnosti globalizacije, ki jo njeni zagovorniki zelo hvalijo, je možnost, ki jo globalizacija predstavlja glede mobilnosti: da globalizacija ustvarja svet, ki je vsakomur dostopen, da zmanjšuje razdalje in ovire ter zagotavlja boljše prihodnost. Vendar kritiki trdijo, da je dostopnost do mobilnosti in te svobode v resnici dokaj omejena. Rastoča asimetrija skupaj z rastočo revščino v svetu kaže na to, da dosedanji razvoj globalizacije ustvarja nove družbene razlike: med tistimi, ki so globalni, mobilni in med seboj povezani, in tistimi, ki to niso; med tistimi, ki so aktivno vključeni v tovrstne globalne procese in ki imajo od njih koristi, in tistimi, ki so žrtve globalnih procesov, saj presegajo njihovo moč in so zunaj njihovega nadzora. Namesto da bi globalizacija spravila ljudi širom sveta v boljši medsebojni stik, namesto da bi ustvarila neko novo raven medsebojne povezanosti, po njihovem mnenju ustvarja nove ovire in nove razdalje med ljudmi.

Protesti proti učinkom globalizacije in proti asimetriji, ki jo globalizacija ustvarja, se v veliki meri izražajo kot protesti proti sami globalizaciji in proti tistim institucijam in tistim gospodarskim dejavnikom, ki imajo od globalizacije največ dobička, namesto da bi pozivali k bolj enakomernemu izvajanju globalnih politik med državami. Tako se denimo protesti, ki jih organizirajo protiglobalizacijska gibanja, osredotočajo na srečanja G7, Svetovne trgovinske organizacije, Mednarodnega denarnega sklada in Svetovne banke, skratka na tiste institucije, ki so najtesneje identificirane z globalizacijo – tudi zato, da bi bili protesti deležni največje mogoče medijske pozornosti. Taki protesti oziroma konflikti so, ironično, v medijih pogosto opisani kot nasprotje med lokalnim in globalnim: zagovorniki globalizacije v svoji sedanji obliki so označeni kot tisti, ki predstavljajo razvoj in napredek globalizacije, medtem ko so protestniki označeni kot zagovorniki nacionalnih, kulturnih ali lokalnih interesov.

S takšnim diskurzom se zastavljajo številni problemi. Najprej se pojavi dvom, ali je mogoče resnično nasprotovati globalizaciji, če nam globalizacija predstavlja tehnološki napredek, ki omogoča nove načine in višjo raven medsebojne povezanosti (če pustimo ob strani vprašanje, kako je bila do sedaj ta višja raven medsebojne povezanosti izkoriščena). V tem smislu je »nasprotovati globalizaciji« prav tako nesmiselno kot

nasprotovati industrijski revoluciji – spremembe se namreč dogajajo in so nas že zajele. Nadalje, kot je bilo zgoraj omenjeno, je večina teh globalnih tokov med seboj povezanih, med seboj se potrjujejo in krepijo ali pa si nasprotujejo, in jih je zelo težko ločiti, razen v teoretičnem smislu. Težko je konsistentno nasprotovati globalizaciji nasploh, upoštevajoč številne pozitivne vidike globalizacije, ki so postali skoraj nepogrešljivi v vsakdanjem življenju, čeprav to še zdaleč ne pomeni, da ni mogoče biti kritičen do globalizacije in do narave nekaterih globalnih tokov. Joseph Stiglitz denimo poudarja, da je veliko ljudi, ki nasprotujejo globalizaciji, v resnici do določene mere od globalizacije že odvisnih. Navaja primer članov protiglobalizacijskega gibanja, katerih organizacija in učinkovitost kot družbenega gibanja temelji na učinkoviti uporabi interneta za komunikacijo in koordinacijo, kar po Stiglitzevem mnenju pomeni, da je protiglobalizacijsko gibanje glede na njegov globalni obseg in globalni način delovanja dejansko globalno gibanje (Stiglitz 2002: 4–5).⁵

Kljub temu pa obstajajo številni analitiki in kritiki, ki trdijo, da nasprotujejo globalizaciji v celoti. Vseeno pa bi preveč poenostavili in netočno opisali naravo odnosa med gorečimi zagovorniki globalizaciji in tistimi, ki ji nasprotujejo, če bi označili razliko med obema skupinama v smislu nasprotja med lokalnim in globalnim. Za tiste, ki si lastijo kategorijo globalnega, je takó izraženo nasprotje retorično zelo učinkovito, saj omogoča delegitimiranje vsakega pojava alternativne vizije globalnosti ali projekta z globalnimi ambicijami: vsak takšen projekt, ki se pojavi, je lahko označen kot v temelju »lokalen« ali »nacionalističen«. Eden redkih alternativnih globalnih projektov, ki mu je uspelo to nasprotje preiti, je projekt okoljevarstvenikov. Vizija sveta, ki jo okoljevarstveniki predstavljajo javnosti, je bogat zelen planet, na katerem vse vrste življenja prebivajo skupaj v občutljivem ravnotežju, planet izvrstnih, a omejenih virov. Cilj okoljevarstvenikov je pomagati ljudem – ne le da bi si predstavljali svet onstran meja svojih kultur ali držav, ampak tudi da bi videli svet kot celoto in utemeljili svoja dejanja na spoznanju, da imajo le-ta globalne, konkretne, mednarodne učinke tako nanje kakor na druge ljudi in druge vrste življenja na tem planetu (Tsing, 2000: 33). Čeprav se okoljevarstvenemu projektu ne more očitati, da temelji na »lokalni« oziroma omejeni viziji delovanja sveta, pa ga tisti, katerih interese ogroža, kritizirajo na drugačne načine.

⁵ Najboljše vire v zvezi s protiglobalizacijskim gibanjem lahko najdemo na internetu. Na primer spletna stran www.agp.org predstavlja dobro uvodno sliko protiglobalizacijskega gibanja.

Globalizacija, kultura in turizem

Vrnimo se k nasprotju med lokalnim in globalnim: čeprav bi se številni analitiki strinjali s trditvijo, da to nasprotje ni nujno najbolj točna metoda za razporejanje različnih stališč o globalizaciji, je pa zelo prisotno v razpravah o globalizaciji. Nadalje, razprave o globalizaciji, ki potekajo v smislu tega nasprotja, dajejo konceptom, kot so narod, kultura in lokalni interesi, neki nov, problematičen pomen, ko so definirani kot zoperstavljeni razvoju globalizacije.

Čeprav bi težko zanikali obstoj in vzpon nacionalnih, etničnih in radikalno desnih gibanj v zadnjih letih po svetu, bi se preneglili, če bi označili vsa tovrstna gibanja na podoben način ali če bi predpostavljali obstoj neke poenostavljene vzročne zveze med širitvijo globalizacije in vzponom teh gibanj. Nadalje bi se tudi preneglili, če bi posploševali koncepte kulture, etničnosti in naroda na podlagi njihovih ekstremnih pojavov.

Ker globalizacija na svojih političnih in ekonomskih ravneh deluje na podlagi homogenizacije oziroma standardizacije sveta po »obdobju treh svetov«, smo lahko do neke mere pričakovali tovrstno pozornost, usmerjeno na vprašanji naroda in kulture. Erozija blokovske delitve na socialistični in kapitalistični blok je omogočila dejansko globalno širitev kapitalizma kakor tudi skoraj globalno priznanje demokracije kot edine legitimne oblike vladanja. V tovrstnem kontekstu postanejo kultura (če tu izznamemo masovno kulturo), etničnost in nacionalnost osrednje oznake različnosti oziroma identitete v medsebojno vedno bolj povezanem svetu. V tem kontekstu lahko cenimo pomen teze, ki jo je predstavil Samuel Huntington v svojem takrat odmevnem članku z naslovom »The Clash of Civilizations«. V članku Huntington trdi, da če je globalno politiko med hladno vojno določala bipolarna os, so postali mednarodni odnosi po hladni vojni izrazito multipolarni in multicivilizacijski. S koncem ideološkega konflikta, ki je predstavljal osnovo hladne vojne, so mednarodne odnose določali drugačni kriteriji, med katerimi je postalo vprašanje kulture eden izmed ključnih dejavnikov. Huntington je poudaril, da je dogodke in konflikte v mednarodni sferi mogoče razumeti v smislu odnosov med različnimi kulturami oziroma civilizacijami, zaradi česar se je v naslovu svojega članka tudi skliceval na civilizacije (Huntington 1993).

Med akademskimi in političnimi krogi je postalo zelo odmevno tudi delo priznanega strokovnjaka na področju kulture Roberta Putnama. Na podlagi večletnih raziskav v severni Italiji je Putnam skupaj s svojimi kolegi zasnoval koncept družbenega kapitala kot analitično orodje za razumevanje kulturnih razlik oziroma razlik med kulturnimi praksami, ki

so povezane z različnimi stopnjami ekonomskega razvoja med severno in južno Italijo. Različne količine družbenega kapitala naj bi ustrezale različnim ocenam družbenih omrežij – ravni zaupanja in vzajemnosti med člani določenega omrežja, njihovih skupnih vrednot in vzorcev obnašanja. Putnam meni, da družbeni kapital vpliva na to, do katere mere je v določeni družbi in kulturi mogoče skupno in kooperativno delovanje, kar vpliva tudi na stopnjo ekonomskega razvoja, ki je v določeni družba mogoča (Putnam, Leonardi, Nanetti 1993).

S tovrstnimi intelektualnimi študijami je prišlo do vključitve vprašanja kulture tudi v razprave o razvoju in mednarodnih odnosih, ki so bile dolgo predmet drugih znanstvenih ved. To je za antropologe vesela novica, čeprav se ob tem pojavljajo vprašanja o stopnji razumevanja kulture, ki prevladuje v teh krogih. Ta zaskrbljenost ni mišljena kot izraz teritorialnosti s strani antropologov, kot da bi bili antropologi edini, ko so dovolj podkovani in izkušeni glede kulture. Ta zaskrbljenost zadeva vprašanje samega stanja kulture v tej globalni dobi kakor tudi nevarnosti, da bi se v tovrstnih diskusijah sklicevali na neko poenostavljeno podobo kulture, kar bi, namesto da bi prispevalo k razjasnjevanju globalnih procesov, ki oblikujejo našo sedanost in bodočnost, postalo sredstvo za širjenje predsodkov in nesporazumov.

Vsak antropolog bi lahko potrdil, da je interpretiranje kulture in kulturnih različnosti veliko bolj kompleksno opravilo, kot je videti na prvi pogled. V zadnjih desetletjih se antropologi aktivno lotevajo zgodovinske vloge antropologije in antropologov pri napačnih prikazih različnih kultur po svetu. Pri tem so odkrili, do katere mere se lahko njihove pristranskosti ali predsodki nenamerno in nevede vsilijo v pojmovanje kulture, ki je predmet raziskave. To pomanjkanje nevtralnosti se kaže tudi v načinu uporabe določenih kriterijev pri označevanju različnih kultur: eksotično, primitivno, brezčasno in »drugačno«.⁶

Lahko bi se reklo, da je ravno globalizacija prispevala k začetku kritičnega pregleda zgodovine antropološke vede in problematičnega odnosa med antropologiji in kulturami, ki so predmet antropoloških raziskav. To še ne pomeni, da antropologija ni bila vseskozi neka globalna veda: glede na znanstveni cilj, ki od vsega začetka določa njen razvoj, bi jo v resnici lahko imeli za vedo z globalnim obsegom – opis in interpretacija vseh različnih kultur na svetu. Vendar je s krajšanjem fizičnih razdalj, kar

⁶ Med ključnimi deli, ki so zaznamovala obdobje samorefleksije v antropologiji, najdemo: Asad 1973; Marcus, Fischer 1986; Clifford, Marcus 1986; Behar, Gordon 1995; Rabinow 1996; Fabian 1983.

so povzročili globalizacijski procesi, prišlo tudi do zmanjševanja kulturnih razdalj, zlasti med kulturo antropologov in kulturo tistih ljudi, ki so predmet njihovih raziskav. To pomeni, da so v zadnjih letih antropologi postali vse bolj odgovorni za svoje etnografske analize, ker je njihova do-
gnanja veliko lažje preveriti in jim tudi oporekati. Nadalje imajo člani še do nedavna oddaljenih kultur, ki so predmet antropoloških raziskav, večje možnosti, da ocenijo in javno izrazijo svoje mnenje o antropoloških analizah njihove kulture. Izvirno delo Edwarda Saída z naslovom *Orientalism* je značilen primer tovrstne ocene antropoloških predstav in je še vedno aktualen in odmeven vir kritik antropoloških praks, čeprav njegova kritika ne izvira iz same znanstvene vede (Saíd 1978).

Izziv, ki ga predstavlja globalizacija za odnos antropologov do kulture, je dvojen: prvi je povezan na ravnokar obravnavano temo – namreč vprašanje položaja in avtoritete antropologa in morebitnih predsodkov, ki so lahko vsiljeni kulturam, ki so predmet raziskave. Položaj antropologov (ki so v zgodovini te vede v večini izhajali iz zahodne kulture) in njihovih etnografskih analiz je sedaj vedno bolj predmet ponovnih ovrednotenj v luči njihovih partikularnosti z namenom, da bi razvili tak pristop k raziskovanju različnih kultur in pisanju o njih, ki bi temeljil na primernem občutku za resnične kulturne razlike.

Drugi izziv je vezan na spremembe, ki jih globalizacija predstavlja ne samo za naše predsodke o kulturah, ampak tudi za sam razvoj kultur. Različni pojavi globalizacije, kot so tokovi kapitala, blaga, tehnologije, informacij, medijskih podob in ljudi, igrajo pomembno vlogo pri razvoju posameznih kultur kot tudi pri razvoju odnosa med njimi. Drugače rečeno, zadevajo kulturne spremembe, ki jih antropologi in drugi analitiki šele začenjajo razumeti, kaj šele, da bi imeli primerne analitične metode oziroma orodje, potrebno za poglobljen študij tovrstnih pojavov. Obseg stikov med ljudmi iz različnih kultur v dobi globalizacije – zlasti v kontekstu možnosti, ki jih ponuja razvoj v sferah transporta in komunikacij – vključno z globaliziranim dosegom aparata množičnih medijev omogoča vzpostavitev in vzdrževanje družbenih stikov in razvoj družbenih identitet, ki temeljijo na sistematičnem prestopanju kulturnih mej. Tovrstni novi kulturni pojavi neizogibno vplivajo na položaj, vlogo in razvoj kultur v globaliziranem svetu in predstavljajo nov skupek izzivov za antropologe kot tudi za vse druge analitike kulture.

Ironično je, da je kulturi zunaj antropologije priznan velik pomen v kontekstu globalizacije ravno v času, ko se antropologi soočajo s težavami, ki jih imajo pri razumevanju kulture in pri oceni primernosti

svojih dosedanjih analitičnih pristopov za doumetje sprememb, ki jih za študij kulture predstavlja globalizacija. V sedanjem globaliziranem svetu se razprave o položaju kulture in vlogi kulturne različnosti razvijajo v kontekstu, ki presega meje antropološke vede.

Večino obstoječih stališč o vplivu globalizacije na kulturo in na kulturno različnost je mogoče razvrstiti v dve kategoriji: kulturno homogenizacijo in kulturno heterogenizacijo. Kulturna homogenizacija je vezana na domnevo, da odpravljanje meja in povečan stik med kulturami v sedanjih konstelaciji svetovne moči omogoča prevlado določenih kultur (tukaj je pogosto omenjena zahodna kultura) nad drugimi kulturami. Bati se je, da bodo globalni kulturni tokovi neizbežno preplavili posamezne kulture, spodkopali njihovo različnost in tudi njihovo avtonomno identiteto, kajti večina kultur v svetu ne more toliko izkoristiti možnosti, ki jih nudijo globalni tokovi, kolikor zmorejo močnejše države oziroma kulture. Tudi stališča, ki globalizaciji nasprotujejo in ki jo enačijo s komodifikacijo, McDonaldizacijo in amerikanizacijo sveta, lahko uvrščamo v sklop teorije kulturne homogenizacije.

Teorije o kulturni heterogenizaciji pa večinoma zadevajo domnevne reakcije na globalizacijo, ki se izražajo v kulturnih oblikah. Zagovorniki te teorije sprejemajo nove možnosti medkulturnih povezav in kroženje globalnih razsežnosti kot grožnjo kulturni identiteti. Takšne grožnje, ki so pogosto izražene kot nevarnost kulturne homogenizacije, imajo lahko za posledico okrepitev določene kulturne identitete. Morebitne oblike kulturne okrepitve so lahko zelo različne, najbolj ekstremna med njimi je lahko seveda nacionalistični ali kulturni ekstremizem.

Opozoriti velja, da nobena od teh dveh teorij ni optimistična glede prihodnosti kulture v globaliziranem svetu. Za to obstaja vrsta razlogov. Kljub temu pa je treba poudariti, da je globalizacija proces, ki se sproti razvija, in čeprav je bistveno, da razvijamo primerne metodologije in koncepte za analizo in boljše razumevanje tega procesa, bi bilo v tem hipu prezgodaj podati dokončno oceno in sodbo o njem. Iz tega pa seveda sledi, da je prihodnost kulture prav tako negotova – torej ne moremo reči, da slaba ali dobra, kar pa lahko mnoge vznemirja in je tudi vir številnih špekulacij.

Ob ocenjevanju teh stališč moramo biti pozorni na nekatere predpostavke o kulturi, ki vplivajo na potek razprav o učinkih globalizacije na kulturo. Kot trdi antropolog James Clifford v svojem študiju antropologije potovanja, je bil pojem kulture skozi zgodovino vedno izenačen z bivanjem, z življenjem v določenem kraju. Iz tega sledi, da so predstave o kulturi povezane s homogenostjo, stabilnostjo, statičnostjo, po drugi

strani pa so predstave o potovanju opredeljene na podlagi naših predstav o kulturi ali, natančneje, kot nasprotje predstavam o kulturi. Predstave o potovanju so praviloma povezane z mobilnostjo, spremembami oziroma razvojem, s prestopanjem meja in celo z onesnaženjem. Predstave o kulturah kot stabilnih, med sabo ločenih in homogenih družbenih tvorb po Cliffordovem mnenju že dolgo vplivajo na razvoj antropoloških teorij o kulturi (Clifford 1997) in sodeč po pregledu stališč o globalizaciji in globalnih tokovih, skiciranih na zadnjih straneh, je jasno, da so te predstave o kulturi prisotne tudi v bolj splošnem razumevanju kulture, zlasti kadar je vprašanje kulture povezano z globalizacijo. Pred nastopom globalizacije so predstave o kulturah kot homogenih in med seboj ločenih tvorbah do neke mere sovpadale z dejansko geografsko razdaljo med kulturami, zaradi česar niso bile tako očitne. Vendar je krčenje geografskih in družbenih razdalj pripomoglo k nastanku okolja, v katerem so te predpostavke o kulturi postale ogrožene in so tako tudi prišle do izraza. Do katere mere te domneve o kulturi in o položaju kulture v procesu globalizacije dejansko sovpadajo s sedanjim razvojem kultur, pa je povsem drugo vprašanje.

Turizem kot komodifikacija potovanja in velik obseg stikov med državami oziroma kulturami se neposredno dotikata tistih tem o kulturi, ki so povezane s pojavom globalizacije. Čeprav so družboslovci na začetku zanemarjali turizem, je postal globalni pojav, ki ga ni mogoče spregledati. Svetovna turistična organizacija (WTO) je leta 2003 po svetu registrirala potovanje več kot 700 milijonov turistov, ki so na svojih počitnicah porabili več kot 470 milijard ameriških dolarjev.⁷ V številnih državah postaja turizem najpomembnejša industrijska panoga; številne države v razvoju stavijo na turizem – in na zaposlitve in devize, ki naj bi jih turizem prinašal – kot na morebitni učinkoviti katalizator ekonomske rasti.

Podoba današnjega turizma odseva dejstvo, da znajo turisti kakor tudi ponudniki turističnih storitev izkoristiti možnosti, ki jih predstavlja globalizirani svet. Napredek na področju transporta in dostopnosti prevoznih sredstev ter komunikacijskih tehnologij omogoča potovanja več ljudem kot kdaj koli prej. Hkrati po hladni vojni sveta ne oblikujejo nekdavne stroge politične meje, ki so dejansko prepovedovale potovanja do določenih predelov. Sedaj lahko potujemo skoraj kamor koli, kadar koli – in z nastopom vesoljskega turizma za tiste, ki imajo dovolj denarja, niti nebo ne predstavlja več meja.

⁷ Spletna stran Svetovne turistične organizacije je: <http://www.world-tourism.org>.

Iz statističnih podatkov Svetovne turistične organizacije so razvidni tudi tisti dejavniki, ki spodbujajo globalno širitev turizma s strani ponudnikov turističnih storitev v gostiteljskih državah. Dostopnost in udobnost potovanja v sedanjem času ter stalna potreba turistične industrije po odkrivanju novih in nedotaknjenih turističnih krajev za svoje stranke pomeni, da imajo države, ki se sedaj odločajo za turizem, resne konkurenčne možnosti v primerjavi z bolj razvitimi, tradicionalnimi gostiteljskimi državami. Nadalje predstavlja turizem konkretne možnosti za manj razvite regije (kot na primer podeželje v manj razvitih državah), ki sicer nimajo dolgoročnih ekonomskih perspektiv, kar manj razvitim državam omogoča, da izvajajo uravnotežen načrt za razvoj vseh regij na svojem ozemlju. Turizem ne privlači le turistov kot potrošnikov, temveč tudi turistične investitorje, ki lahko v zameno za možnost, da vzpostavijo svoj posel, prispevajo k financiranju nujno potrebne infrastrukture za realizacijo turističnih projektov, infrastrukture, ki lahko koristi vsem članom gostiteljske skupnosti, ne glede na to, ali živijo neposredno od turizma. Lahko sklepamo, da lahko odločitev neke skupnosti, da se kot gostiteljica turistov odpre globalnim tokovom turizma, prinese znatne koristi.

Vendar to še ne pomeni, da poleg priložnosti, ki jih lahko turizem ponuja morebitnemu turističnem kraju, ne obstajajo tudi kakšne nevarnosti. Po eni strani obstajajo dvomi o posledicah, ki ob prihodu turizma lahko doletijo določen kraj, zlasti če turistična infrastruktura ni zgrajena po merilih gostiteljske kulture in njenega okolja in namesto tega prevladujejo želje investitorjev po čim večjem dobičku. Obstajajo številni primeri turističnih krajev in celih regij, ki jim odvisnost od turizma ni prinesla nobenih koristi, ampak so zaradi onesnaženja okolja in še manj življenjskih možnosti prebivalci celo na slabšem, kot so bili pred svojo odločitvijo za turizem.

Večina nevarnosti, s katerimi se lahko sooči morebitna gostiteljska skupnost oziroma kultura, je povezanih z globalno asimetrijo: namesto da bi odločitev za globalni turizem prebivalcem prinesla dodatne možnosti, jih premaga. Posledice globalne asimetrije pa so lahko tudi subtilnejše od fizične grožnje okolju, kakor trdijo nekateri kritiki turizma, zaskrbljeni zaradi družbenih in kulturnih vplivov na gostiteljske kulture, ki jih lahko povzroči globalni turizem. Globalizacija turizma je v zadnjih desetletjih prispevala k temu, da se sedaj skupnosti, ki so bile prej večinoma fizično in družbeno oddaljene od drugega sveta – ravno taki kraji so posebej zanimivi za turiste in turistično industrijo – dnevno soočajo s celimi množicami turistov. Kako pa takšne dramatične spremembe vplivajo na kulturo

neke skupnosti, na njeno identiteto? S kakšnimi problemi in vprašanji se pri tem srečujejo ti ljudje?

Ena izmed glavnih kritik, ki se pojavljajo ob takšnih dvomih, govori o tendenci turistične prakse, da transformira identiteto ali kulturo gostiteljske skupnosti v blago, s katerim bi privlačili turiste. Kaj se zgodi zvezi med lokalnimi prebivalci in njihovo kulturo in identiteto, ko postaneta blago, ki ga je mogoče kupiti ali prodati? Kateri kriteriji potem vodijo člane takšne skupnosti pri razvoju njihove kulture v luči obstoječih močnih teženj po komodifikaciji kulture? Ali se bodo prilagodili domnevnim željam turistov oziroma turistične industrije? Ali bo postal turizem sam poglavitni princip njihove kulture? Kako je vprašanje komodifikacije kulture povezano z vprašanjem avtentičnosti kulture?

Drugo pomembno vprašanje je globalna kultura samega turizma v povezavi z institucijami, družbenimi strukturami in infrastrukturo, ki so potrebne za preoblikovanje določenega kraja v turistično lokacijo. Turistična industrija je postala tako standardizirana, da že vpliva na razvoj turizma in turistično prakso po vsem svetu. Zahteve, ki jim morajo zadostiti morebitni turistični kraji, da postanejo v očeh turistične industrije atraktivne turistične lokacije in da pritegnejo kritično maso turistov, so tako obsežne, da lahko imajo posamezni kraji ob njih težave z ohranjanjem lastne identitete. Čeprav se lahko kulture in skupnosti odločajo za turizem z namenom, da si v globaliziranem svetu ustvarijo svoj lasten prostor in si v njem krojijo lastno usodo, obstaja nevarnost, da jim takšna odločitev povzroči škodo in da postane skupnost podrejena globalni turistični standardizaciji.

Vrsto zgoraj navedenih argumentov in stališč lahko razvrstimo v dva koncepta: prvi predstavlja turizem kot veliko priložnost za gostiteljske kulture in trdi, da turizem gostiteljski državi ponuja sredstvo, ki ji omogoča, da obdrži svojo identiteto in si hkrati ustvari prostor v novem globaliziranem svetu. Po drugi strani pa drugi koncept povezuje turizem s številnimi problemi in nevarnostmi, ki so poistoveteni s samim procesom globalizacije, in predstavlja turizem kot orodje za širitev globalne hegemonije. Daleč od tega, da bi turizem ponujal neke nove priložnosti za potencialne gostiteljske kulture – ekstremni argumenti, ki spadajo v drugo kategorijo, določajo turizem kot neke vrste neoimperializem, ko ima Zahod koristi od nenasitne potrebe turistov po vedno novih oblikah rekreacije, ne glede na ceno, ki jo mora plačati manj razviti svet.

Čeprav vsak od teh dveh konceptov razvija pomembne argumente, ki temeljijo na resničnih primerih turizma po svetu, pa nobeden ne predstavlja uravnotežene podobe globalnega turizma na podlagi sistematične

analize celotnega spektra turističnih izkušenj. Za prvi koncept bi lahko rekli, da njegovi argumenti ne priznavajo ali ne problematizirajo nevarnosti, ki jih lahko turizem predstavlja za gostiteljske kulture, njihove identitete in njihovo okolje. Po drugi strani pa podoba globalne hegemonije, na katero se sklicujejo kritiki turizma, predstavlja globalni turizem preveč enolično ali poenostavljeno: v njem ni prostora za različne izkušnje v turizmu pa tudi ne za obstoj različnih interesov na več ravneh, na katerih se lahko odloča o turizmu v praksi. Razmere so že vnaprej določene s poenostavljenim nasprotjem globalno – lokalno. Nadalje pa oba koncepta turizma v svojih argumentih uporabljata zelo posplošene pojme o kulturi. Prvi koncept vprašanje kulture zanemarja, drugi pa govori o kulturi turizma in gostiteljskih kulturah pretežno v kontekstu globalne kulturne homogenizacije.

Ta dva splošna koncepta o turizmu v veliki meri predstavljata ekstremna, čeprav verjetna scenarija za kulture oziroma skupnosti, ki se odločajo za turizem v praksi, kar pomeni, da ne pomenita najučinkovitejše osnove za splošno oceno turizma. Namesto tega je ta dva koncepta bolje razumeti kot izhodišči za analizo, kot vir vprašanj, tem, konceptov in predpostavk, vrednih nadaljnjega preučevanja in preverjanja z analizo turistične prakse. Antropološke analize turizma, ki temeljijo na poglobljenih raziskavah na terenu, na razvoju turizma v vsakdanjih situacijah, lahko nudijo zdravo osnovo za nadaljnji študij vprašanj in tem, ki bodo določali antropološki študij turizma v Bohinju. Uvod v glavne tendence antropologije turizma lahko ponudi značilen pristop in prispevek antropologije k študiju turizma kakor tudi k analizi vprašanja povezave med turizmom in kulturo.

ANTROPOLOGIJA TURIZMA V DOBI GLOBALIZACIJE

Antropologi so bili med zadnjimi družboslovci, ki so se začeli strokovno zanimati za turizem kot družbeni pojav. Zelo je mogoče, da je glavni krivec za to zamudo način mišljenja, ki ga antropologom pripisuje James Clifford, namreč da so znani po tem, da kulturo izenačujejo z bivanjem oziroma domovanjem in z vsem, kar je stabilno in zamejeno, kar vpliva tudi na njihov način obravnave potovanj in seveda turizma. V tem kontekstu sta bila fenomena potovanja in turizma povezana z vsem, kar je minljivo, s spremembami, prehodom meja in premikanjem. Turizem in potovanje predstavljata vse, kar je v nasprotju s kulturo, zato sta veljala za kulturno nepomembna pojava. K temu lahko dodamo še dejstvo, da so antropologi vseskozi pazili, da bi razločili njihov način potovanja in študija daljnih kultur od potovanj drugih potnikov in nasploh turistov. Dolgo so tudi nekritično sprejemali razliko med potniki in turisti, razliko, ki je bila izenačena z analognimi nasprotji med visoko in nizko kulturo, med elitno in masovno potrošnjo, med avtentičnostjo in površnostjo. Daniel Boorstin, eden izmed tistih, ki se najbolj istovetijo s takšnimi stališči o potnikih in turistih, pravi, da je potnik oseba, ki se je aktivno lotila svojih potovanj v iskanju novih avantur in izkušenj, medtem ko naj bi bil turist pasivna oseba, nekdo, ki išče užitke in ga zadovolji tudi površnost. »Resen« potnik praviloma piše o svojih izkušnjah, ki jih je doživel po svetu, in mnogim potopisom pogosto pripisujejo literarno vrednost; po drugi stani pa, kot razlaga Boorstin, pišejo turisti le razglednice (Boorstin 1964). Tako so turiste v nasprotju z »resnimi« popotniki navadno imeli za lahkomišelnje, površne iskalce užitka, katerih potovanja in dejanja so ovrednotili kot kulturno malo vredna in zato tudi malo vredna strokovne pozornosti s strani antropologov.

Kljub temu je antropolog Theron Nuñez opozoril na dejstvo, da je vedno težje prezreti družbeni pomen turizma, enostavno zato, ker so se antropologi zaradi globalnih razsežnosti turizma dobesedno zaletavali v turiste, kamor koli so šli (Nuñez 1989). Antropologi so se začeli počasi zavedati, da ni več mogoče prezreti pomena, kulturnega ali drugačnega, teh masovnih globalnih tokov ljudi v turizmu. Turizem je tudi eden izmed najbolj kulturno intimnih globalnih pojavov, saj bo večina ljudi v svojem

življenju imela neposreden stik s turizmom, bodisi kot gostje oziroma turisti bodisi kot gostitelji. Antropologi tudi niso več mogli prezreti pomena turizma za tiste kulture, v katerih so opravljali svoje raziskave, zlasti ker so bili med svojim terenskim delom večkrat priča spremembam, ki so nastale zaradi turizma.

Nadaljevanje tega poglavja ne prinaša izčrpnega pregleda zgodovine antropologije turizma, kar bi bil lahko predmet samostojne knjige. Namesto tega sledi očrt osnovnih smeri antropoloških raziskav turizma, ključnih vprašanj, ki so oblikovala antropološki pristop k turizmu, in glavnih intelektualnih dosežkov, ki zaznamujejo razvoj antropoloških teorij o turizmu in predstavljajo temelj sedanjih raziskav. To poglavje obravnava tudi način, kako antropologija vključuje vprašanje kulture v analize tako globalnega pojava, kot je turizem.

Pregled zgodovine antropologije turizma

Kaj je značilno za antropološki pristop k turizmu? Ko je antropolog Peter Burns začel iskati odgovor na to vprašanje, je uporabil osnovno razlikovanje, ki ga je razvil Roy Buck leta 1978. Buck je poudaril, da je študij turizma sestavljen iz dveh nasprotujočih si filozofij: ena k turizmu pristopa kot k poslu, druga pa kot k problemu oziroma družbenemu pojavu (Buck 1978). Ob ugotavljanju razlik in podobnosti med obema pristopoma odkrijemo, da se med seboj ne izključujeta, temveč vključujeta različne prioritete pri analiziranju turizma. Pristop turizem-kot-posel se zazdi sam po sebi razumljiv, ker daje prednost vidiku posla ali dobičkonosnosti pri turizmu, kar je razvidno iz izbora vprašanj in interesov za raziskave v tej smeri. Pristop k turizmu kot družbenemu pojavu ali skupku pojavov pomeni predstavljati si turizem v širši, celoviti perspektivi, ki dopušča možnost vključitve drugih vidikov turizma (političnih, okoljevarstvenih, kulturnih in družbenih) v analizo turizma v praksi. Antropologi se razumljivo osredotočajo na kulturni vidik turizma in si v zadnjih letih prizadevajo, da bi se vprašanje kulture vključilo v širše študije o turizmu kakor tudi v načrtovanje in izvajanje turistične politike na terenu.

Številni antropološki analitiki so dokazali, da je antropološka strokovna literatura o turizmu osredotočena na dva glavna vidika turizma ali, natančneje povedano, na dva različna trenutka v procesu turizma: na kulturni pomen turizma za turiste in motivacijo turistov za potovanje ter na učinke turizma na kulture oziroma skupnosti, ki turiste sprejmejo in gostijo. Z drugimi besedami, antropologi so se v veliki meri usmerili

bodisi na začetek bodisi na konec turističnega procesa – na izvor turizma kakor tudi na njegov vpliv oziroma učinke.⁸

Turizem kot obred

V večini prvih in odločilnih analiz, ki so naravo turizma presojele z vidika turistov, turizem ni bil obravnavan kot popolnoma nov družbeni pojav; namesto tega so te analize ugotavljale, do katere mere so prejšnja antropološka dela lahko razsvetlila naravo turizma kot modernega pojava. Antropolog Nelson Graburn je svoj pristop k turizmu kot k modernemu obredu utemeljil na delih Emila Durkheima o obredih, religiji in podrobneje na njegovem pojmovanju svetega in profanega (Durkheim 1912). Na podlagi Durkheimove študije o funkciji obredov v tradicionalnih družbah in njihovi vlogi pri ohranjanju kolektivne zavesti je Graburn predlagal, da bi lahko turizem razložili kot pojav, ki v modernih družbah izpolnjuje analogne funkcije, kot so jih v predmodernih družbah imeli tradicionalni obredi, in da turizem označuje svete, posvečene trenutke v nasprotju z vsakdanjim profanim časom, opredeljenim kot delovnim časom. Turizem predstavlja tudi sekularni ekvivalent religioznim totemom v obliki spominkov, razglednic ali vodnikov (Graburn 1989). Graburn se je navdihoval tudi ob delu Marcela Maussa, ki se je lotil pomena menjave med svetimi in profanimi obdobji za člane določene kulture ter pomena prehoda med svetim in profanim stanjem. Po Graburnovem prepričanju je univerzalna motivacija turistov, da se odpravijo na pot in vstopijo v sveto obdobje, nuja po izpolnitvi človeške potrebe po rekreaciji.

Delo Arnolda Van Gennepa o kulturnih funkcijah obredov prehoda v družbenem življenju je bilo pomembno za razvoj kasnejših študij o turizmu kot sredstvu za doseg ravnih svetega oziroma svetega stanja. Van Gennep je menil, da tovrstni obredi omogočajo prehod iz enega družbenega stanja v drugo, saj zaznamujejo tranzicijo med različnimi obdobji družbenega življenja članov določene kulturne skupine. Trdil je tudi, da imajo obredi prehoda točno določene stopnje, ki jih mora oseba doživeti, da uspešno preide iz enega družbenega stanja v drugo (Gennep 1960 [1908]). Antropolog Victor Turner je to misel še razvil s konceptom liminalnih stopenj oziroma kategorij, s katerimi se je osredotočil na tisto obdobje, ki sestavlja prehod v ožjem smislu med dvema družbenima stanjema. Po Turnerjevem mnenju prestajanje različnih stopenj liminalnega

⁸ Med njimi so: Lett 1989; Stronza 2001; Chambers 2000.

stanja (ločitev, liminalnost in ponovna vključitev) z namenom, da se oseba vrne v »vsakdanjo« ali »profano« življenje, četudi v drugi družbeni vlogi, dejansko potrjuje družbene vezi in vrednote določene kulturne skupnosti. Turizem je razumel kot obred v zgoraj opisanem sklopu in poudaril, da je turizem kot potovanje v prostem času dejansko moderna različica svetega potovanja ali romanja in bi moralo biti razumljivo, da poteka v času zunaj vsakdanjika, v liminalnem stanju, ki ljudem omogoča, da začasno pobegnejo iz svojega vsakdanjega življenja in iz svojih vsakodnevnih družbenih vlog (V. Turner 1969; V. Turner, E. Turner 1978).

Za razliko od tistih analitikov, ki turizem povezujejo s tradicionalnimi kulturnimi pojavi, kot so obredi prehoda, si ga drugi predstavljajo kot značilno moderen pojav, ki lahko služi tudi za razumevanje bistva moderne družbe. Čeprav ni antropolog, je Dean MacCannell s svojim delom o turizmu znatno vplival na razvoj antropoloških študij, usmerjenih k psihološko-družbenim motivacijam, ki turiste spodbujajo k potovanju. V nasprotju s tedaj uveljavljenim mišljenjem, da masovni turizem ni vreden analitične pozornosti, je MacCannell menil, da analiza dejanj turistov lahko pomaga identificirati sistem vrednot v modernih družbah, in to do te mere, da bi bilo mogoče razviti primerno osnovo za etnografijo modernih družb. V svojem pionirskem delu je MacCannell dejal, da je modernost ljudem vtisnila občutek odtujenosti, osamljenosti in da jim turizem pomeni možnost, da doživljajo avtentične, prvine izkušnje, s katerimi lahko kompenzirajo realnost lastne vsakdanjosti. Tako po MacCannellovem prepričanju osrednja motivacija, ki žene turiste, ni potreba po pobegu iz vsakdanjega življenja, kot je menil Graburn, ampak potreba po avtentičnih doživetjih, ki jih turistom v moderni dobi primanjkuje. MacCannell je eden izmed mnogih analitikov, ki so izpostavljali vprašanje avtentičnosti v povezavi s turizmom; in k temu vprašanju se bomo še večkrat vrnili (MacCannell 1999).

Čeprav je MacCannell s svojim delom odločilno oblikoval pristop k vprašanju motivacije turistov v modernih družbah, so kasnejše antropološke študije o turizmu dokazale, da mora splošna teorija o motivacijah turistov upoštevati dejstvo, da obstajajo različne vrste turistov in različne vrste turizma, kar bistveno zaplete analizo turističnih motivacij kot tudi določitev bistva turizma. MacCannellova teza o iskanju avtentičnosti je verjetna v primeru zahodnih turistov, ki potujejo in obiskujejo nezahodne, nemoderne kulture in države. Antropologi kot Valene Smith so razvili tipologijo različnih vrst turistov in različnih vrst turizma ter prišli do sklepa, da ima uporabnost tipologij svoje meje, saj je enostavno preveč dejavnikov, ki vplivajo na vedenje turistov. Smithova je podala definicijo

turizma, ki jo še vedno citirajo kot osnovo za sedanje etnografije: »Turist je začasno brezdelna oseba, ki po lastni volji obišče neki drug kraj z namenom, da izkusi spremembo. Ljudi za potovanje motivira veliko raznolikih razlogov; kljub temu pa turizem temelji na treh ključnih elementih ..., ki skupaj sestavljajo enačbo: turizem = prosti čas + razpoložljiva sredstva + pozitivni lokalni ukrepi.« (V. Smith 1989a: 1)

Smithova prepozna pet različnih vrst turizma: etnični turizem (potovanje k nezahodnim državam z namenom obiskati prvotne ali eksotične kulturne skupine), kulturni turizem (obiski tradicionalnih, slikovitih ali kmečkih kulturnih skupnosti v zahodnih oziroma modernih državah), zgodovinski turizem (osredotočen na ogled muzejev, katedral, gradov, arheoloških najdišč in drugih spomenikov, ki omogočajo obujanje spomina na slavno preteklost neke moderne družbe), okoljevarstveni oziroma ekološki turizem (ogledovanje naravnih znamenitosti oziroma destinacij, ki poudarjajo zvezo med človekom in naravo) in rekreacijski oziroma športni turizem (obalni in smučarski turizem kakor tudi tiste vrste turizma, ki vključujejo športne ali rekreacijske aktivnosti). Razvije tudi tipologijo turistov, utemeljeno na njihovem številu in stopnji njihove prilagoditve lokalnim normam: med temi kategorijami najdemo raziskovalnega turista, elitnega turista, nekonvencionalnega turista, masovnega turista – začetnika, masovnega turista in čarterskega turista. Smithova ne naredi nobenih korelacij med obema tipologijama; namesto tega pa na podlagi svojih tipologij razvije shemo o mogočih učinkih, ki jih lahko imajo različne vrste turistov na gostiteljske kulture. Ob tej shemi predlaga glavno misel, da ključno vlogo pri tem, kako turizem učinkuje na gostiteljske kulture, igra število turistov; to pomeni, da so čarterski turisti, ki potujejo v največjem številu, tisti, ki imajo največji učinek na kulture in družbe, ki jih obišejo (V. Smith 1989a: 4–5, 11–14).

Tipologije, ki jih predstavlja Valene Smith, so med najbolj znanimi tipologijami, ki so jih razvili turistični analitiki.⁹ Čeprav so pozitivno pripevale k študiju turizma s tem, da so analitično razčlenile prej monolitne koncepte o turizmu in turistih ter vključile nove dejavnike v študij turizma, so kasnejše antropološke raziskave pokazale, da jih ne smemo nekritično sprejemati. Z etnografskimi analizami turizma je postalo jasno, da ima uporaba teh tipologij kot analitičnega orodja svoje meje. Terensko delo v turističnih krajih je dokazalo, da ni nujno, da se vse turistične prakse razvijajo po pričakovanjih, ki jih tipologije določajo. Tiste tipologije, ki so jih razvili antropologi, dejansko odsevajo antropološko raziskoval-

⁹ Med njimi: Cohen 1974; Crandall 1980; Wahab 1975.

no tradicijo, ki temelji predvsem na etnografskih študijah v daljnih, večinoma nemodernih kulturnih skupnostih. Zaradi tega je prišlo do ignoriranja obstoja in družbenega pomena domačega turizma. Tako na primer etnografske raziskave zgodovine in prakse turizma na Japonskem dokazujejo, da ima Japonska svojo avtonomno zgodovino domačega turizma, ki v veliki meri vpliva na kulturne prakse japonskih turistov, ki potujejo v tujino. Vsi poznamo stereotipe o japonskih turistih, ki jih pogosto interpretiramo kot pretiravanje zahodnih turističnih praks: njihovo nagnjenje k potovanju v zaprtih skupinah, zbiranje spominkov in fotografiranje. Kljub temu pa ima večina teh praks svoje korenine v lastni japonski tradiciji turizma in jih je mogoče interpretirati v njeni luči. Čeprav analitiki, ki se osredotočajo na študij japonskega turizma, priznavajo, da zahodne turistične prakse vplivajo na splošne turistične prakse po svetu, Kanzaki Noritake v svoji kulturni zgodovini turizma na Japonskem identificira in izsledí mnogo specifičnih, značilnih japonskih turističnih praks v potovalnih navadah, uvedenih na Japonskem v obdobju Edo (1600–1898). Večino potovanj v tisti dobi so predstavljala romanja k priljubljenim svetiščem. Organizirali so jih potovalni agenti, znani kot *oshi*, ki so hkrati igrali ključno vlogo pri oblikovanju določenih potovalnih navad Japoncev, vključno s potovanji v zaprtih skupinah. Nadaljnja analiza je dokazala, da ima nagnjenje japonskih turistov do zbiranja spominkov in fotografiranja svoj izvor v obdobju Edo, kar potrjuje tudi dejstvo, da koren japonske besede za spominek izvira iz tistega časa, iz znaka, ki pomeni »spominek svetišča« (Noritake 1992, citiran v: Chambers 2000: 6–7).

Domnevna povezava med turizmom in prostim časom ni relevantna za vsako kulturo oziroma družbo. Anne Gorisch v svojih študijah ruskega turizma in rekreacije poudarja zapletenost ruske turistične terminologije ter dejstvo, da imajo Rusi lastno zgodovino turizma, potovanja in rekreacije. Turizem ima v Rusiji dva pomena: po eni strani je pojem, ki se nanaša na razvedrilna potovanja, po drugi strani pa so turistična društva, ki so v Rusiji obstajala od začetka dvajsetega stoletja dalje, turista označevala kot osebo, ki se poda na potovanje z določenim namenom, pri čemer za prevoz uporablja lastno fizično moč. Turizem se je v tem kontekstu nanašal na pohodništvo, kolesarjenje, taborjenje in je bil leta 1949 celo uradno priznan kot šport. Zahteval naj bi delo in koncentracijo, turistu pa naj bi nudil možnost za fizično in intelektualno samoizboljšanje. Popotnikov, ki so iskali zabavo ali lagodne turistične ogleda, niso šteli za turiste, ampak za ljudi, ki so se napotili na ekskurzije. Končno so bile počitnice, namenjene zdravljenju ali sprostitvi, denimo v kakšnem zdravilišču ali počitniškem domu, uvrščene v popolno-

ma drugo interpretativno kategorijo in niso bile označene kot turizem, temveč kot način počitka (Gorisch 2003).

Iz tega sledi, da v turističnih navadah turistov iz različnih držav ni mogoče predpostavljati podobnosti niti ne smemo turistične terminologije avtomatično prevajati iz ene kulture v drugo oziroma iz enega jezika v drugega, saj analize turističnih navad po svetu dokazujejo, da vse nimajo istega izvora in jih tako ni mogoče ovrednotiti na podlagi istih kriterijev. Nadaljnje študije v turizmu tudi opozarjajo, do katere mere so zgodovine turizma in predstave o turističnih navadah oziroma praksah odvisne od spola in koliko temeljijo izključno na izkušnjah oziroma navadah moških. To pomeni, da so izkušnje žensk praviloma izključene iz teh pripovedi in da je torej uporabnost prevladujočih analiz in konceptov še bolj omejena. Margaret Swain v svoji študiji spolov v turizmu poudarja, da je analitična kategorija turista dejansko izključno moškega spola in da turistične navade in oglaševanje predpostavljajo moški »turistični pogled«. Po mnenju analitikov je to razvidno iz načina, kako se turizem oglašuje, in iz kriterijev, ki se uporabljajo v opisu in oglaševanju turističnih krajev. Po drugi strani pa ženske v turistično enačbo praviloma ne vstopajo kot turistke, ampak kot pasivni objekti, katerih telesa so večinoma sredstvo za oglaševanje turističnih krajev in za turistične brošure. Mary Louise Pratt razširi osnovno moškost »turističnega pogleda« na samo naravo turizma, saj jo povezuje s tipično moško voljo po zavojevanju in nadzoru: v primeru turizma naj bi se to izražalo preko težnje po nabiranju izkušenj in konzumiranju pokrajin drugih kultur (Swain 1995; Pratt 1992).¹⁰

Turizem kot oblika razvoja

Predvidevanje ali ocenjevanje vpliva turizma na določeno gostiteljsko kulturo je vse prej kot enostavna naloga. Antropolog Erve Chambers je pri ocenjevanju učinkovitosti analize Valene Smith, v kateri je ugotavljala

¹⁰ Koncept »turističnega pogleda« izvira iz znanega Urryjevega dela (1990). Druga očitna maskulinizacija turizma in turističnega pogleda, tukaj vredna omembe, je porast seks turizma, ki je sedaj deležen precejšnje analitične pozornosti (med drugimi Cohen 1971; Cohen 1982; Craik 1991; Craig-Smith, French 1994; Ryan 1991). Feministični analitiki si tudi prizadevajo, da se v zgodovine in analize turizma kakor tudi v analitični pristop k turizmu nasploh vključuje tudi popotniške izkušnje žensk (Blunt, Rose 1994; Dubois 1995; Enloe 1989; Robinson 1995; Schriber 1997; Weber 2003). Študije o spolih v turizmu se širijo tudi na druga analitična področja, kar bo razvidno v nadaljevanju tega poglavja.

korelacijo med različnimi vrstami turistov in vplivom turizma na določeno gostiteljsko kulturo, citiral izkušnjo kolega, ki je opravljal terensko delo med prvobitnimi plemeni v Avstraliji. Člani teh plemen so mu razlagali svoje izkušnje s turisti, pri čemer so imeli poseben kriterij za ocenjevanje različnih vrst turistov, ki so prišli obiskat njihove skupnosti. Daleč od tega, kar bi pričakovali po načelu številnosti turistov, na katerem skupaj z načelom o prilagodljivosti turistov temelji analiza Smithove, so pripadniki teh plemen dejali, da so znatno rajši imeli masovne turiste kot druge vrste turistov. Čeprav so masovni turisti prihajali v največjem številu, so prišli vsi naenkrat, izstopili iz svojih avtobusov, posneli fotografije, kupili spominke in odšli naprej. Kontakt med njimi in turisti je bil vedno bežen in za pleme dobičkonosen. Zaradi tega so imel rajši masovne turiste kot tiste, ki so prihajali, da bi več izvedeli o njihovi kulturi in med njimi ostali za daljše obdobje. Prihod nemasovnih turistov so interpretirali kot večje vmešavanje v njihovo vsakdanje življenje (Chambers 2000: 2). Čeprav Smithova analitično pozornost usmerja na pomembne dejavnike pri ocenjevanju vpliva turizma, ta primer dokazuje, kako različno ga lahko vrednotijo v različnih kulturah po svetu.

Kot je bilo omenjeno na začetku tega poglavja, je vpliv turizma druga največja tema antropologije turizma. Antropologi, ki se osredotočijo na to vprašanje, v neki gostiteljski kulturi praviloma opravijo etnografsko raziskavo z namenom, da odgovorijo na tri osnovna vprašanja: kako turizem vpliva na ekonomski razvoj skupnosti, kako vpliva na razvoj identitete skupnosti in kako uvajanje turizma vpliva na gospodarjenje skupnosti s svojim okoljem.

Ko so se antropologi začeli resno lotevati turizma kot predmeta morebitnih raziskav, je bilo vprašanje vpliva turizma zelo aktualna tema. V sedemdesetih letih je turizem veljal za idealno strategijo ekonomske rasti, zlasti za dežele v razvoju. Turizem kot industrijsko panogo bi lahko uvažali na podeželju, kjer je praviloma primanjkovalo drugih možnosti. V tej luči je bil turizem predstavljen kot enostavno in učinkovito sredstvo za povečanje deviznih prihodkov dežel v razvoju. Nadalje bi bil turizem kot storitvena panoga lahko vir prepotrebnih delovnih mest, ki v nasprotju z uvajanjem težke industrije ne bi škodovala okolju. Na podlagi teh pozitivnih lastnosti se je turizem promoviral kot strategija razvoja in multilateralne institucije so financirale gradnjo turistične infrastrukture v državah v razvoju, zlasti v regijah »peska, morja in sonca«, katerim je po tedaj razširjenem mnenju turizem ponujal neomejene razvojne možnosti.

Glede na porast uvajanja turizma kot razvojne strategije v državah v razvoju, ki so praviloma tudi analitično žarišče za antropologe, ne pred-

stavlja nobenega presenečenja dejstvo, da so si antropologi začeli postavljati vprašanja o turistični praksi na terenu in o vplivu turizma na kulture, ki so prevzele vlogo gostitelja. Vendar so se mnenja antropologov znatno razlikovala od mnenj tistih, ki so nekritično podpirali investiranje v turizem. Njihove etnografske raziskave so namreč praviloma sugerirale, da negativni vplivi turizma na gostiteljske kulture prevladujejo nad domnevnim koristmi. Uvajanje turizma v določeno regijo so razumeli kot vir številnih problemov – ekonomskih, družbenih, okoljevarstvenih. Velika večina antropologov, ki se ukvarjajo z vprašanjem vpliva turizma, je do nedavnega imela zelo negativno mnenje o turizmu; turizem in turiste so obdolževali za poškodbe naravnih, ekonomskih in kulturnih krajin, ki so jih turisti obiskali. Do pred kratkim je med njimi veljal negativni stereotip turizma, ki ga na kratko povzema predstava o turizmu kot vrsti kulturnega imperializma: izvajajo ga horde od sonca ogorelih ljudi željnih zabave, ki puščajo za sabo poškodovane lokalne kulture in onesnaženo okolje (L. Turner, Ash 1975: 129).

V antropologiji je teza o povezavi med turizmom in imperializmom večinoma poistovetena z delom Dennisona Nasha. Čeprav je tekst z naslovom *Turizem kot oblika imperializma* napisal v sedemdesetih letih, še vedno postavlja pomembna vprašanja o vplivih turizma in v tem smislu še vedno služi kot učinkovit uvod v antropološke diskusije o tej temi. Po Nashevem mnenju je turizem kot fenomen za antropologe zanimiv zato, ker zadeva stike med kulturami in kulturne spremembe. Zanj so turisti dejavniki stika med kulturami v zadnjih desetletjih in v tem smislu so posreden ali neposreden vzrok večine sprememb v deželah v razvoju.

Da bi razumeli posledice uvajanja turizma in prihoda turistov na neko območje, je nujno razširiti žarišče preučevanja z neposrednega stika med gostitelji in turisti in zajeti širši kontekst, v katerih se odvijajo ti stiki, meni Nash. Svoje stališče je deloma utemeljil na delu analitikov, ki so takrat poudarjali potrebo, da je k preučevanju turizma v državah v razvoju potrebno pristopiti v širšem kontekstu kolonializma (Adams 1974 in Magubane 1973, citirana v: Nash 1989). Čeprav se je večina teh raziskav razvila na podlagi marksističnih teorij, je Nash poudarjal, da se ni treba zatekati k marksizmu, da bi razumeli fenomen turizma, njegovo globalno širitev ter njegov vpliv na gostiteljske kulture.

Da bi lahko študirali turizem v celoti, je treba, kot je dejal Nash, v naše razumevanje vključiti številne stopnje v turističnem procesu: generiranje turističnega nagiba v družbah, iz katerih izhajajo turisti, izbor in ustvarjanje morebitnih turističnih destinacij in njihova prilagoditev potrebam turistov ter razvoj turističnega odnosa med družbami, ki proiz-

vajajo turiste, in družbami, ki proizvajajo turistične destinacije. Znotraj takega turističnega procesa se razvijejo vse možne oblike stikov med turisti in gosti (Nash 1989: 40).

Nasheva glavna teza temelji na domnevi, da je proizvajanje turistov ključ turizma: ta proces sam po sebi predpostavlja, da tiste družbe, ki proizvajajo turiste, širijo svoje interese pri iskanju nove morebitne turistične destinacije in njenem prilagajanju turističnim potrebam sveta. Kultura, ki proizvaja turiste, različne stopnje svojih interesov in potreb vsiljuje gostiteljskim družbam, kar pomeni, da postane turizem po svoji naravi imperialistično dejanje, zaradi česar je odnos med turisti in gosti po naravi neenakopraven. To, da gostiteljska kultura prostovoljno sprejema imperialistični odnos, za Nasha ni povsem relevanten dejavnik, saj ne spreminja dejstva, da s tem gostiteljska kultura postane podrejena potrebam turistov in ima vedno manjše možnosti, da sama odloča o svoji usodi. Privolitev gostiteljske kulture tudi ne spremeni dejstva, da država, ki turiste proizvaja, obvladuje turistični razvoj zunaj svojih meja, to pa je moč oziroma vpliv, ki je po Nashevem mnenju po naravi imperialističen (Nash 1989: 39).

V svojih argumentih Nash kot skrajni primer označi to, kar lahko istočasno prepoznamo kot stereotipno podobo masovnega turista: zahodnega človeka na počitnicah, ki ne samo pričakuje, ampak tudi zahteva določeno zahodno udobje, kamor koli potuje, in ne glede na ceno, ki jo te zahteve predstavljajo gostiteljskim družbam: hitro pripravljena hrana, kava, topla voda, televizor v sobi in znanje angleškega jezika. Taki turisti pričakujejo enako udobje, kot ga uživajo doma, in skupnost, ki proizvaja turiste, ustanovi celo turistično institucionalno mrežo z namenom, da bi omogočila prihod turistov na določene destinacije – pod pogojem, da tam obstaja takšno udobje.

Nasheve argumente sem podrobneje opisala zato, ker se dotikajo veliko pomembnih vprašanj, ki si jih je treba zastaviti, če se lotimo problema vpliva turizma. Eden izmed ključnih Nashevih prispevkov je ta, da je razvil konceptualni okvir, v katerega je skušal zajeti globalno naravo turizma, tako da je vanj vključil vse družbene odnose med vsemi skupnostmi, ki na različne načine oblikujejo celo vrsto turističnih praks, ki se razvijejo z odnosi med turisti in gosti. Ne glede na to, ali se strinjamo z Nashevim pogledom na naravo odnosa med kulturami, ki proizvajajo turiste, in tistimi, ki delujejo kot gostiteljske kulture, njegova analiza dokazuje, kako potrebno je turistične prakse umestiti v pravilen medkulturni kontekst – kar je zlasti pomembno, kadar skušamo ovrednotiti stroške in koristi za gostiteljsko kulturo v globalni dobi.

Nasheva identifikacija institucionalne turistične mreže in analiza njene vloge pri oblikovanju gostiteljskih kultur seveda vključuje tudi družbene akterje, ki niso gostitelji ali turisti, ampak so posredovalni akterji, ki prav tako oblikujejo turistični proces. Njihova vključitev pomeni tudi novo raven kompleksnosti v antropoloških analizah turizma, saj zahteva upoštevanje novih interesov, novih navad in nove ravni kulturne dinamike, za katero ni nujno, da se razvija znotraj ožjega konteksta odnosa med gostom in turistom.

Ob Nashevi tezi o turizmu kot imperializmu se postavlja vprašanje, ali iz dejstva, da obstajajo zunanji dejavniki, akterji in interesi, ki vplivajo na razvoj turizma v gostiteljski skupnosti, nujno tudi izhaja, da je turizem po naravi imperialističen pojav. Nash v svojem tekstu razvija analitični pristop z namenom, da bi zajel globalne razsežnosti turizma kot kulturnega fenomena, kar je samo po sebi zelo pomemben prispevek k razvoju antropologije turizma; ampak ali so te globalne razsežnosti turizma po naravi nujno imperialistične? Ena izmed glavnih kritik Nasheve teze pravi, da njegovi argumenti o imperialistični naravi turizma nimajo empirične osnove (Burns 1999: 78). Vendar lahko, da bi prišli do empirično utemeljenega odgovora na to vprašanje, vrzel zapolnimo s številnimi etnografskimi analizami, ki so jih opravili drugi antropologi, ki so se zanimali za ekonomske, kulturne in okoljevarstvene vplive turizma.

Posledice turizma na gostiteljskih kulturah

Na ekonomski ravni zagovorniki turizma trdijo, da lahko ima neka skupnost od turizma naslednje koristi: turizem prinaša zaposlitvene možnosti za prebivalstvo morebitnega turističnega kraja, ob obisku tujih turistov pride država do deviznih prihodkov, turizem ustvari posreden dobiček za celotno družbo (multiplikacijski učinek), kar pomeni, da lahko tudi tisti člani gostiteljske skupnosti, ki niso neposredno povezani s turizmom, občutijo od njega koristi, čeprav posredno, ko ekonomski dobiček pronica skozi celotno populacijo.

Ugotovitve antropologov o turizmu v veliki meri odsevajo njihovo tradicionalno nagnjenje k etnografskim študijam o daljnih državah, pogosto iz tretjega sveta. Potemtakem dinamika turizma in razmerje moči v kontekstih, v katerih antropologi praviloma opravljajo svoje raziskave, zadevajo posledice, ki nastopijo ob prihodu zahodnih turistov v nezahodne, pogosto nerazvite države. Etnografske analize predstavljajo in interpretirajo celo vrsto sprememb, ki so rezultat turizma v ekonomijah gosti-

teljskih skupnosti, ter označujejo številne pomembne dejavnike, ki jih je potrebno upoštevati ob oceni ekonomskih učinkov turizma na različne družbe in kulture.

Pomemben vidik, na katerega opozarjajo številni antropologi, zadeva celo vrsto učinkov, ki jih lahko imajo možnosti zaposlitve v turizmu za gospodarstvo in družbeno strukturo gostiteljske skupnosti. Take možnosti zaposlitve – ki so po eni strani dobrodošle, saj predstavljajo možnost novih delovnih mest – imajo lahko tudi drugačne posledice. V svojih analizah učinkov, ki jih tovrstne možnosti pomenijo za obstoječi gospodarski sistem v gostiteljski skupnosti, številni antropologi trdijo, da so te posledice vezane na mnogo različnih dejavnikov.

Prvi pomemben dejavnik, ki ga je treba upoštevati, je struktura gospodarstva pred uvedbo turizma: nove službe v turistični storitveni panogi imajo lahko bolj razdiralne učinke, kakor bi pričakovali, če je gostiteljska skupnost maloštevilna in če se ukvarja predvsem z dejavnostmi primarnega sektorja, kot je kmetijstvo. Etnografske analize dokazujejo, da uvajanje turizma pogosto poviša oportunitetne stroške kmetijstva in da so kmetovalci na območju, kjer se uvaja turizem, z njim mnogokrat nadomestili kmetijstvo. V takih primerih turizem ne predstavlja dodatne alternative, temveč morebitno nadomestno zaposlitev. Etnografska študija, ki jo je napisala Harriet Rosenberg, opisuje, kako je turizem prispeval k ukinitvi kmetijstva v neki majhni gorski vasi v Franciji, kjer je potem pašna živina služila predvsem za čiščenje načrtovanih smučarskih stez (Rosenberg 1988). Mark Mansperger, ki je opravljal svoje terensko delo med pacifiškimi otočani, je prišel do zaključka, da je turizem povzročal konec kmetijstva kot osnovne gospodarske dejavnosti v obravnavani skupnosti (Mansperger 1995). Čeprav tovrstne opustitve gospodarske dejavnosti niso same po sebi niti pozitivne niti negativne, pa je treba upoštevati, da zaradi tega postanejo gostiteljske družbe ekonomsko bistveno bolj odvisne od turizma in od ciklov v turistični panogi, nad katerimi lokalno prebivalstvo posameznih gostiteljskih družb praktično nima nadzora. Nadalje pa razkroj neke gospodarske dejavnosti nima le ekonomskih posledic, ampak tudi družbene, kajti premik iz enega v drug gospodarski sistem je bistvena sprememba za katero koli družbo.

V kompleksnejših družbah, v katerih obstaja večja raznolikost zaposlitvenih možnosti, lahko turizem, ki praviloma ponuja službe z nižjimi plačami, doprinese relativno malo koristi za gostiteljske skupnosti. Tako morajo v Singapurju za turistično dejavnost dobesedno uvažati delavce iz drugih držav, kar lahko ima resne družbene posledice, saj singapurska vlada skuša vzdrževati etnično ravnotežje v državi. V drugih primerih se

lahko delodajalci v turistični panogi odločijo za uvoz delavcev v neki turistični kraj, če lokalno prebivalstvo na splošno nima potrebnih izkušenj ali strokovnega znanja, da bi lahko izpolnjevalo delovne naloge. V takih primerih uvajanje turizem ne predstavlja nove možnosti za lokalno prebivalstvo (Chambers 2000: 40).

Po drugi strani pa obstajajo tudi mnogi primeri gostiteljskih skupnosti, katerim turizem ponuja prepotrebne priložnosti za lokalno prebivalstvo – morda ne za celotno skupnost, ampak za določene skupine, ki bi v nasprotnem primeru imele na voljo le majhne možnosti in ki jim zaposlitve v turizmu predstavljajo znatno izboljšanje stanja. Pomemben odstotek študij o vlogi spolov v turizmu se na primer ukvarja z vplivi turizma na položaj obeh spolov v gostiteljski skupnosti, zlasti z vlogo žensk na trgu dela. Večina etnografskih raziskav na to temo pokaže, da turizem nudi nove vire prihodkov tudi za ženske; vendar se vrsta priložnosti in njihove posledice na družbenem položaju žensk v različnih kulturah razlikujejo, kakor se tudi razlikujejo kulturne predstave o vlogah obeh spolov.

Hiroko Nozawa, denimo, v svoji raziskavi o turizmu na Japonskem pojasnjuje, da je pomanjkanje delovne sile zaradi hitre rasti turistične panoge doprineslo ženskam znatne možnosti: v turizmu so lahko prevzele vloge, ki bi bile sicer rezervirane za moške in ki zanje v drugih panogah niso bile dosegljive. V tem smislu je turizem znatno izboljšal profesionalne možnosti, ki so ženskam na razpolago. Nozawa v svoji raziskavi celo izrazi upanje, da bo tak razvoj turizma za zgled drugim panogam in da bo na Japonskem ženskam pripomogel do novih možnosti v panogah, kjer tradicionalno prevladujejo moški (Nozawa 1995).

Čeprav v zgornjem primeru turizem ponuja možnosti za izboljšanje družbene vloge žensk v določeni družbi, številni analitiki trdijo, da je večina delovnih mest, ki so v turizmu dosegljiva ženskam, nestrokovnih, slabo plačanih, za polovični delovni čas in da so dostikrat omejena na tiste vloge, ki v neki družbi veljajo za družbeno sprejemljive. To pomeni, da so dela, ki so na voljo ženskam, vezana na gospodinjska opravila (čistilke, kuharice, natararice), prodajo na drobno in rokodelske obrti (Craik 1997). Mogoče je trditi, da v takšnih primerih zaposlitvene možnosti, ki so odprte ženskam, okrepijo obstoječo vlogo spolov v družbi, ali pa vsaj to, da dejanske družbene vloge žensk v neki skupnosti pogojujejo vrste zaposlitvev, ki naj bi bile zanje družbeno sprejemljive v morebitnem turističnem kraju. Tako je denimo Margaret Swain v svoji analizi ugotovila, da med Indijanci plemena Kuna v Panami, ki so uspeli izkoristiti turizem kot sredstvo za svoje kulturno preživetje kot prvobitna skupnost, obstoječe družbene vloge moških in žensk določajo njihovo obliko so-

delovanja v turizmu: ženske izdelujejo svetovno znane okrasne tkanine *mola*, ki privabljajo turiste z vsega sveta, moški pa sprejemajo politične odločitve glede udejstvovanja plemena v turizmu in v veliki meri tudi nadzorujejo aktivnosti in odgovornosti, ki jih lahko ženske iz plemena v turizmu sprejmejo (Swain 1989). A. Lynn Bolles je v svoji raziskavi o turističnih delavkah na Jamajki prišla do podobnih ugotovitev glede vpliva lokalnih družbenih predstav o vlogi spolov v zaposlitvah, ki so bile v turizmu na voljo ženskam. Vendar je Bollesova prišla tudi do zaključka, ki je v tem kontekstu vreden omembe: da lahko ženske iz različnih kultur iste zaposlitvene možnosti interpretirajo na različne načine. Tako so njene jamajške sogovornice kljub vsemu pozitivno ocenile svoje delo v turistični industriji, saj je bil zanje zaslužek veliko več vreden kot kakršne koli težave, povezane z delom. Zaradi tega je zelo težko utemeljeno poploševati misel o ekonomskih koristih, ki jih turistična dejavnost ponuja ženskam, saj se možnosti, ki jih turizem nudi, razlikujejo od ene skupnosti do druge. Ženske iz različnih kultur lahko tudi različno interpretirajo svoj položaj, čeprav se na videz zdi, da so si njihovi položaji objektivno podobni (Bolles 1997: 77–92).

Drugi pomemben argument v zvezi z ekonomskimi posledicami turizma zadeva razdelitev dobička od turizma in konkretne koristi, ki jih dejansko uživajo lokalni prebivalci turističnega kraja kot posledico odločitve, da so kot razvojno strategijo sprejeli turizem. Po mnenju zagovornikov turizma novi prihodki, ki jih turisti prinesejo v neko regijo, večkrat zakrožijo v lokalnem gospodarstvu (fenomen, ki mu pravimo »multiplikacijski učinek«). Tako naj bi celo podjetja in osebe, ki niso neposredno povezani s turizmom, od turizma imeli koristi zaradi večjega števila potrošnikov oziroma turistov, ki obiskujejo tisti kraj. Te bolj razpršene koristi lahko prištejemo k otipljivejšim, kot so na primer izboljšave v infrastrukturi kraja, ki ni uporabna le za turiste, ampak za vse prebivalce turističnega kraja (boljše ceste, vodovodi, kanalizacija, telefonske povezave itd.).

Vendar kritiki zgornjih argumentov v luči Nashevih tez o turizmu in imperializmu trdijo, da je odstotek dobička, ki v turističnem kraju ostane, kroži in pronica skozi lokalno ekonomijo, v veliki meri odvisen od oblike in količine tujih investicij v turističnem kraju. Tuji investitorji seveda repatriirajo svoj dobiček, tako kot bi to naredili v kateri koli drugi industrijski panogi, zato kritiki argumenta turizem-kot-razvojna-strategija trdijo, da postane turizem v državah brez lastnih sredstev za investicije v to panogo dobičkonosna priložnost za turistične korporacije iz razvitih držav.

Številni raziskovalci ekonomskih posledic turizma so ugotovili, da

je odstotek dobička, ki uhaja iz turističnega kraja, odvisen tudi od oblike turizma, ki se tam razvija, ter od vrste turista, ki ga želijo pritegniti na turistično destinacijo. V vsaki gostiteljski skupnosti obstajajo debate o idealnem turistu, k čemur se bomo vrnili v naslednjih poglavjih ob primeru Bohinja. Nekatere skupnosti težijo k temu, da bi pritegnile prvovrzdne turiste v upanju, da bi bili pripravljeni plačati visoko ceno za svoje počitnice, kar bi znatno prispevalo k višjemu znesku dobička, ki bi ostal in krožil v lokalni ekonomiji. Vendar je problem v tem, da prvovrzdni turisti vedno zahtevajo prvovrzdne nastanitve, ki so povezane z velikimi investicijami, pogosto s strani oseb ali institucij, ki niso iz samega kraja. Iz tega pa pogosto sledi možnost, da bo visok delež dobička šel neposredno k investorjem. Antropolog Mark Hampton je v svoji analizi predlagal zanimiv protiargument podobi idealnega turista: da so v resnici turisti, ki potujejo z nahrbtniki in ki naj bi med svojimi počitnicami najmanj trošili, tisti, ki so za gostiteljske skupnosti ekonomsko najbolj koristni. Ugotovil je, da taki turisti v turističnih krajih dolgoročno pogosto potrošijo več denarja kot »idealni« turisti, saj si lahko privoščijo, da ostanejo dalj časa na posameznih turističnih destinacijah, saj so njihovi dnevni izdatki manjši (Hampton 1998).

Če bi želeli predstaviti realno podobo ekonomskih posledic turizma, bi morali pri argumentu turizma kot idealne razvojne strategije upoštevati tudi stroške turizma za turistični kraj, sploh pa družbene in kulturne posledice turizma, ki so težje merljive. Eden od pomembnih elementov, ki ga je v bilanci stanja potrebno upoštevati na strani stroškov, so oportunitetni stroški odločitve skupnosti za turizem. Ti se nanašajo na izgubo drugih možnosti, katerim se odrekajo tisti, ki se odločajo za turizem. Prej je bil omenjen primer vasi, v kateri so se kmetje odločili, da se odrečejo kmetijstvu v imenu turizma, kar je pripeljalo do opuščanja kmetijstva v nekaterih vaseh in regijah (Rosenberg 1988). V takih primerih je treba korist, ki jih prinaša turizem, pretehtati glede na morebitne posledice, ki sledijo opuščanju kmetijstva.

Drugi pomemben dejavnik pri ocenjevanju ekonomskih posledic turizma na gostiteljski skupnosti zadeva dodatne stroške ali povratne multiplikatorje, ki jih prebivalci gostiteljske skupnosti prevzamejo ob uvajanju turizma. Dolžnost, da ugodijo potrebam turistov, večje število ljudi, ki v turističnih krajih živijo med turistično sezono, in povečan posel zaradi turizma lahko povzročijo dvig nekaterih cen. Tako lahko postane hrana za lokalne prebivalce turističnega kraja dražja med visoko turistično sezono, nepremičnine lahko zanje postanejo manj dosegljive glede na porast njihove vrednosti zaradi turizma, storitve javnih služb se lahko podražijo

zaradi povečane porabe in zaradi potrebe po dodatnih investicijah v infrastrukturo itd. Vsi ti mogoči scenariji v isti meri zadevajo vse prebivalce turističnega kraja, ne glede na to, koliko je neka oseba odvisna od turizma, in zato lahko taki stroški postanejo vir napetosti v gostiteljski skupnosti.

Kasnejše študije o turizmu so vključile več dejavnikov, tako so na primer upoštevale ekonomske posledice turizma v določenem kraju skozi daljše časovno obdobje, zlasti v primerjavah ekonomskih posledic turizma z vlogami, ki so jih imele druge industrijske panoge. Valene Smith poudarja, da razvoj raziskav turizma prinaša bolj uravnovešene podobe o njem. Tako novejša raziskave o repatriaciji dobička iz turizma ugotavljajo, da se takrat, ko se turizem bolj integrira v gospodarstvo gostiteljske skupnosti, relativni znesek dobička, ki uide iz turističnega kraja, znatno zniža, tudi v primeru gostiteljskih skupnosti, ki so potrebovale veliko začetnega tujega kapitala. Nadalje primerjalne analize dokazujejo, da je stopnja repatriacije dobička v turistični industriji nižja kot v drugih panogah, če gledamo vpliv tujih investicij na ekonomski razvoj (V. Smith 1989a: 16).

Poleg tega, da je pri ocenjevanju in primerjanju raziskav različnih kultur primerno upoštevati dejstvo, da obstajajo različna obdobja turističnega razvoja, je pomembno upoštevati tudi, da je turizem sam v zadnjih desetletjih doživel razvoj. Kritike negativnih posledic turizma, zlasti posledic masovnega turizma in spreminjajočih se želja turistov, so postale katalizator za spremembe v turistični praksi kakor tudi za razvoj alternativnih oblik turizma, kot so ekoturizem, kulturni turizem in turizem, ki ga upravlja lokalna skupnost. To pomeni, da mora kakršna koli uravnovešena analiza posledic turizma upoštevati tudi, da se je tudi turizem razvijal skozi čas.

Ob pregledu številnih študij različnih primerov in različnih, pogosto tudi nasprotujočih si izkušenj, ki so bile omenjene v tem poglavju kot ekonomske posledice turizma, se težko izognemo občutku, da se zgubljam v množici podrobnosti, saj antropologi pogosto uporabljajo načelo kulturnega relativizma, da bi ocenili pomen in veljavnost določenih argumentov in domnev iz teorij o turizmu v različnih kulturah. Vendar ko se vrnemo k vprašanju narave turizma (»turizem-kot-imperializem« v nasprotju s »turizem-kot-razvoj«), lahko ugotovimo, da glavna razlika med obema argumentoma temelji na razliki v pristopu k analizi gostiteljske skupnosti. Antropolog Peter Burns to razliko v svojem razvrščanju obstoječih analiz obravnava bodisi kot različice argumenta »turizem-kot-razvoj« bodisi kot različice argumenta »turizem kot sredstvo za zadovoljitev potreb«. Pri tem pojasnjuje, da oba argumenta med seboj nista analitično zamenljiva, čeprav sta povezana, saj vsak argument ob ocenjevanju vpli-

vov turizma upošteva drugačne prioritete. Po njegovem mnenju poglaviti razlog za pomanjkanje konstruktivnega dialoga na področju turizma med aktivisti, akademskimi strokovnjaki in predstavniki turistične industrije tiči ravno v tem, da ne upoštevajo razlike in napetosti med obema osnovnima argumentoma. Burns trdi, da je napetost med obema stališčema podobna napetosti med lokalnimi in globalnimi pogledi na turizem. Pogled na turizem kot razvojni dejavnik predstavlja stališče, ki pristopa k turizmu na globalen način; uporaba turizma kot razvojnega dejavnika pomeni v globalnem kontekstu povezovati lokalno turistično ponudbo z globalno turistično mrežo z namenom, da se maksimizira pritok turistov in dobička v neki turistični kraj. Pogled na turizem kot sredstvo za zadovoljitev potreb neke gostiteljske skupnosti pa položaj te skupnosti postavlja kot prioriteto pred sam razvoj turizma, kar pomeni, da predstavlja bolj lokalni pogled na turizem. To še ne pomeni, da zagovorniki stališča o turizmu kot sredstvu za zadovoljitev potreb skupnosti turizmu nasprotujejo; natančneje rečeno, privrženci teh argumentov zagovarjajo celosten razvoj turističnega kraja in bi v idealnem kontekstu zase zadržali tudi moč, da bi sami določali intenzivnost povezav z globalnim turizmom kot funkcijo svojih potreb (Burns 1999: 113–115). Stanje gostiteljske skupnosti je osnova za vrednotenje turizma in ne obratno. Razliko med obema pristopoma k turizmu lahko določimo tudi na drugačen način, ki ga je mogoče povzeti z enostavnim vprašanjem, s katerim se istoveti ena cela linija v razvojni teoriji: razvoj za koga (*development for whom*)? Glavna razlika med obema pristopoma k turizmu zadeva relevantnost, ki jo pripisujemo vprašanju, kdo ima korist od tega, da se turizem uporablja kot razvojni dejavnik, pa tudi vprašanju, katere koristi se upoštevajo ob oceni učinkovitosti takšne razvojne strategije. Potemtakem ključna razlika med pristopoma »turizem-kot-imperializem« in »turizem-kot-razvoj« tiči v pomenu, ki ga pripisujemo razvoju gostiteljske skupnosti v razmerju do koristi, ki jih imajo od turizma drugi družbeni akterji.

Ni si težko predstavljati, da je pristop, ki ga najpogosteje zagovarjajo antropologi, tisti, ki se osredotoča predvsem na blagostanje gostiteljske skupnosti. V to kategorijo bi lahko uvrstili tudi Nashev argument o turizmu kot vrsti imperializma, zlasti zato, ker pri ocenjevanju učinkov turizma na gostiteljske skupnosti pripisuje osrednje mesto vprašanju pravične razdelitve dobička od te panoge. Antropologi so prispevali k analizi ekonomskih učinkov turizma tudi tako, da so razširili polje vprašanj, ki jih je treba upoštevati ob študiju vseh vplivov turizma, čeprav ta vprašanja ne spadajo v njegov razvojni koncept: pomen obstoječe družbene in ekonomske strukture gostiteljske skupnosti pri ocenjevanju pomena novih

delovnih mest, ki jih prinaša turizem; narava zaposlitvenih možnosti, ki jih nudi turizem v določenem kraju; položaj in vloge, dodeljene posameznim družbenim skupinam v določeni gostiteljski skupnosti/kulturi; vrsta turizma, ki ga gostiteljska skupnosti želi razviti, in vrsta turistov, ki si jo člani gostiteljske skupnosti prizadevajo pritegniti; potreba, da se upoštevajo tudi vsi mogoči stroški, vključno s tistimi, ki lahko zmanjšujejo morebitne koristi od turizma, itd.

Lahko bi sklepali, da vprašanja, ki jih zastavljajo antropologi v svojih analizah o turizmu, temeljijo na domnevi, da je pomembno razumeti vlogo kulturnega konteksta pri oblikovanju procesa nastajanja turistične prakse v neki kulturi. Hkrati različne antropološke študije, vključno z delom Dennisona Nasha, ki so pokazale pot, kako translokarno naravo turizma analitično vključiti v antropološke predstave in analize turizma, antropologe opozarjajo, da turizma ni mogoče razumeti z izključno lokalnim analitičnim pristopom. Postavlja se izziv, kako analitično integrirati lokalne in globalne dimenzije turizma.

Kultura turizma in turizem kot kultura

Dodaten pomemben element antropoloških analiz učinkov turizma zadeva temo, ki je bila bežno omenjena zgoraj – namreč kulturne in družbene učinke turizma. Antropologov celostni pristop k turizmu kot kulturnemu pojavu oziroma fenomenu seže tudi do študija kulturnih učinkov turizma na gostiteljske skupnosti. Tudi v kratki predstavitvi etnografskih analiz na prejšnjih straneh je bilo težko prezreti družbene in kulturne učinke sprememb, ki jih je v določenih skupnostih povzročil turizem, kljub temu, da so bile analize osredotočene predvsem na ekonomske vidike turizma. To le poudarja dejstvo, da je kulturna dimenzija vloge turizma v gostiteljskih kulturah ključna za razumevanje turistične prakse, zlasti zaradi pomembne vloge, ki jo kultura in kulturne razlike igrajo pri turistični ponudbi in povpraševanju. Dolgoletni študij kulture in občutek za kulturna vprašanja antropologom omogočata, da »vprašanje oziroma dejavnik kulture« vključujejo v turistično enačbo.

Vprašanje oziroma dejavnik kulture je vključen v antropološke študije turizma na več ravneh in v več oblikah. V svoji obravnavi kulture turizma Jennifer Craik poudarja, da kultura igra večplastno vlogo v turizmu, in označi vsaj štiri: kultura lahko v tem kontekstu deluje kot pomožno sredstvo, kot izdelek, kot izkušnja ali kot izid (Craik 1997). Skušajmo obravnavati vsako od teh mogočih vlog.

Mnogo etnografskih analiz, ki so bile opravljene kot reakcija na prevlado argumenta iz sedemdesetih let prejšnjega stoletja, ko je bil turizem predstavljen kot razvojno sredstvo, se je po eni strani lotevalo kulturnih in družbenih učinkov turizma. Na ta način so te analize dopolnjevale tiste etnografske študije, ki so se osredotočile na ekonomsko plat turizma. V tem kontekstu so kulturo oziroma določene kulturne pojave šteli za rezultat turistične prakse, ki je praviloma zadeval spremembe v družbenih oziroma kulturnih odnosih med člani določene gostiteljske skupnosti ali med različnimi družbenimi skupinami v tej skupnosti. Nekateri primeri kulturnih oziroma družbenih učinkov turizma so bili v razmerju do njegovih ekonomskih posledic na kratko obravnavani na prejšnjih straneh, zlasti v zvezi s tistimi študijami, ki so se osredotočale na družbene vloge spolov v turizmu. Študija Hiroko Nozawa o vlogi žensk v turistični industriji na Japonskem se je ukvarjala z zaposlitvenimi možnostmi, ki jih je turizem nudil ženskam, in pokazala, da sta hitra rast turistične industrije in posledično pomanjkanje delovne sile omogočila razvoj razreda žensk profesionalk v turistični industriji: žensk, ki so imele višje položaje v turizmu kot njihove sovrstnice, zaposlene v drugih industrijskih panogah na Japonskem. Nozawova je domnevala, da bi tolikšna profesionalizacija žensk v japonski turistični industriji lahko pozitivno vplivala na vlogo žensk v drugih bolj tradicionalnih poklicih ali v tistih, v katerih prevladujejo moški (Nozawa 1995).

Primer razvoja turizma v Singapurju, ki je bil omenjen v zvezi z opezo zaposlitvenih možnosti, ki jih nudi turizem, kaže tudi na neizbežne družbene posledice. V Singapurju za tiste zaposlitve, ki so se odprle v turizmu – gre praviloma za nižje položaje in slabše plačana delovna mesta – ni bilo dovolj ljudi, da bi jih zapolnili in bili pripravljeni delati pod takimi pogoji. To je pomenilo, da so morala turistična podjetja dobesedno uvažati delovno silo iz tujine, zaradi česar so bili potrebni posegi vlade v obliki nadziranja priseljevanja, saj so uvoženi delavci rušili občutljivo etnično ravnotežje v Singapurju (Chambers 2000: 40).

V različnih etnografskih analizah so antropologi tudi dokumentirali, da uvedba turizma v nekaterih primerih sproži družbeno razslojevanje. Cornelia Zarkia v svoji etnografiji o turizmu na grškemu otoku Skyros prikaže, kako zelo je turizem vplival na družbeno organizacijo prebivalcev Skyrosa zaradi sprememb v rabi zemlje in v cenah zemljišč. Na Skyrosu je obstajal ekonomski sistem, ki je temeljil na govedoreji in v manjši meri na obdelovanju zemlje: tako so bili gorski pašniki med najbolj cenjenimi zemljišči, takoj za njimi pa njive. Zemlja ob obali, ki ni bila tako uporabna za obdelovanje, kaj šele za govedorejo, je bila prete-

žno v lasti najrevnejšega družbenega sloja. Vendar je z uvedbo turizma, kot razlaga Zarkia, postala zemlja ob obali »zlata zemlja« – zemlja, katere vrednost so prebivalci izenačevali s stabilno vrednostjo zlata, tako zelo je bila pomembna za razvoj sončnega in obmorskega turizma, ki je potem prevladoval na Skyrosu. Takšen porast vrednosti zemlje je prinesel tudi veliko spremembo v družbenem položaju najrevnejše družbene skupine na otoku (Zarkia 1996).

Druge študije so prikazovale, kako lahko samo število turistov vpliva na člane določene gostiteljske skupine. V sezoni so lahko dobesedno preplavljeni s turisti, kar lahko sproža družbene napetosti znotraj same gostiteljske skupnosti, čeprav učinki števila turistov niso enaki za vsako gostiteljsko kulturo, kar smo pokazali prej ob diskusiji o težavah pri razvrščanju različnih vrst turizma in turistov glede na njihovo število. Nadalje se lahko reakcije na število turistov v določeni skupnosti ob določenih dejavnikih spremenijo. Študija o odnosih med turisti in gostitelji v ribiški vasi Henningsvaer na severnem Norveškem, ki jo je izpeljal Roel Puijk, je pokazala, da se reakcije gostiteljev na turizem in na prisotnost turistov lahko spremenijo med letom glede na različne opravke, ki jih imajo vaščani v različnih letnih obdobjih. Puijk poudarja, da prebivalci lažje prenašajo turiste poleti kakor pozimi, čeprav prihajajo turisti poleti v bistveno večjem številu. Čeprav so vaščani, ki nudijo turistom storitve, poleti zelo zaposleni, pojmujejo poletno sezono kot sezono svetlobe, kot čas, ko prijatelji in člani družine med počitnicami pridejo na obisk, kot čas za razvedrilo. Po drugi strani pa je zimski čas temen in tedaj je praviloma višek ribiške sezone. V tem kontekstu je prisotnost turistov na dopustu v močnem nasprotju z delavnimi ribiči, ki napolnjujejo pristanišče in vas. Po Puijkovem mnenju postaja prisotnost turistov vzrok razrednih oziroma družbenih napetosti med vaščani (Puijk 1996).

Takšni etnografski primeri ponujajo vzorec različnih družbenih oziroma kulturnih reakcij ob uvedbi turizma, ki so bili predmet raziskav tistih antropologov, ki jih zanimajo kulturni učinki nekega globalnega pojava, ki deluje preko različnih kultur. Drugi, pomembnejši tok raziskav o turizmu in kulturi se ne osredotoča le na kulturne spremembe, ki jih turizem sproža znotraj neke gostiteljske kulture, ampak predstavlja sam proces turizma na drugačen način: kot proces medkulturnih stikov. Te raziskave postavljajo vprašanje kulturnih učinkov turizma v kontekst medkulturne dinamike, v katerem je mogoča kulturna komunikacija v obeh smereh in tudi podrobnejše obravnavanje tistih vidikov turistične prakse, ki omogočajo kulturne spremembe. Glavna tema vseh teh analiz je vprašanje identitete. Kako vpliva prisotnost turistov, tujcev na člane gostiteljske skupno-

sti? Kako vpliva pojav turistov na identiteto članov gostiteljske skupnosti? Kako vpliva turizem na način, kako se člani neke skupnosti predstavljajo zunanjemu svetu? Kako vplivajo izkušnje turizma na same turiste, na njihovo identiteto in njihovo predstavo o drugih kulturah?

Eden izmed prvih antropologov, ki so zagovarjali stališče, da je turizem kot proces medkulturne komunikacije vreden analitične pozornosti, je bil Theron Nuñez. Trdil je, da turizem antropologom ponuja idealne laboratorijske razmere za razumevanje, kako se dejansko dogajajo kulturne spremembe, ko turisti stopijo v kontakt z gostitelji v določenem turističnem kraju (Nuñez 1963). V svojem delu o turizmu na mehiškem podežlju je Nuñez uporabljal antropološki koncept akulturacije, proces izposoje med kulturami, do katerega pride v dolgotrajnem stiku kultur. Čeprav so nekateri antropologi trdili, da turizma ni mogoče označevati kot procesa dolgotrajnega stika kultur, je Nuñez zagovarjal tezo, da je treba upoštevati veliko medsebojno podobnost turističnih skupin, ki prihajajo v neki kraj, čeprav posamezne turistične skupine obiščejo določene turistične lokacije za razmeroma kratek čas. Res je tudi, da se gostitelji tako navajajo na določene vrste turističnih skupin. Ravno ta proces adaptacije, proces prilagajanja potrebam in željam različnih turističnih skupin kritizirajo mnogi turisti, ki na svojih potovanjih iščejo eksotične in avtentično drugačne kulture, in določne turistične kraje označujejo kot »pokvarjene« zaradi turizma (Nuñez 1989: 266).

Nuñez je trdil, da se proces izposojanja med kulturami preko akulturacije lahko dogaja v obeh smereh, čeprav se praviloma prilagaja gostiteljska kultura oziroma si »izposoja« določene kulturne navade od kulture turistov, in ne obratno. Ta kulturna asimetrija je najbolj očitna, če se osredotočimo na jezikovno dimenzijo turističnega srečanja. V svojih raziskavah je Nuñez ugotovil, da se je večina primerov jezikovne asimilacije dogajala na gostiteljski strani turističnega odnosa, kar pomeni, da so bili gostitelji tisti, ki so se naučili jezika turistov, in da so se turisti zelo redko naučili jezika članov skupnosti, ki so jo obiskovali. Dvojezični člani gostiteljske skupnosti so bili praviloma družbeno nagrajani za svoje znanje jezikov tako v lastni družbi kot tudi v turistični industriji; jezikovne zmožnosti turistov pa so ponavadi kulturno manj relevantne (Nuñez 1989: 267).¹¹

Čeprav bi se večina antropologov strinjala z neizogibnostjo kulturnih sprememb ali razvoja in z realnostjo stikov med kulturami, so mnogi med njimi kritični do koncepta kulturne asimetrije, ki ga zagovarja tudi

¹¹ Za uvodno predstavo o drugih antropoloških konceptih, ki jih antropologi tudi uporabljajo pri raziskavah kulturnih sprememb v turizmu, glej: Burns 1999: 101–107.

Theron Nuñez. Annabel Black je v svoji študiji o turizmu na Malti identificirala predsodek, navzoč v večini raziskav o kulturnih učinkih turizma, predsodek, ki je po njenem mnenju rezultat vpliva ekonomske dimenzije turizma. Trdi, da obstaja vzporednica med ekonomsko in kulturno asimetrijo med gostiteljsko kulturo in kulturo turistov. Iz tega sledi domneva, da je kulturna moč neke družbe povezana z njeno ekonomsko močjo in da igrajo ekonomsko šibkejše družbe vlogo kulturno šibkejših družb v turističnem procesu (Black 1996: 115). Kljub temu pa se raziskava Blackove na Malti ne drži te domnevne vzporednice. Blackova razlaga, da je že leta 1983 prišlo na Malto, kjer živi malo več kot 300.000 domačinov, skoraj 500.000 turistov. Glede na to, da je velika večina turistov, ki dobesedno preplavljajo otok, iz zahodne Evrope, bi torej po mnenju Blackove logično pričakovali neko mero kulturne akulturacije. Glede na veliko število angleških turistov na Malti bi skoraj pričakovali, da bodo domačini pridobili določene angleške navade, kot so angleški zajtrk, *fish and chips* in sončenje zgoraj brez. Vendar Blackova v svojih raziskavah na tej ravni ni našla nobenih dokazov kulturnega izposojanja (Black 1996: 116).

Drugi etnografski primer, ki tudi izpodbija predsodke o vzporednicah med kulturno in ekonomsko asimetrijo v turizmu, zadeva družbeno vlogo spolov. Delo Margaret Swain med etnično skupnostjo Kuna v Panami, ki se je dotaknilo predvsem vloge spolov v turistični praksi, potrjuje argument, da se »moč« določene kulture proti pojavom globalnega turizma ne meri z istimi kriteriji kot ekonomska »moč«. Predstavljali bi si, da je bila skupnost Kuna – kot etnična skupina, ki je bila v preteklosti izolirana od sveta – po naravi kulturno dovzetna za vplive različnih vrednot, obnašanje in življenjske navade turistov, ki so jih prišli obiskat, in da bi v tem smislu navzočnost turistov lahko vplivala tudi na tradicionalno vlogo spolov v etnični skupnosti. Vendar je Swainova ugotovila ravno nasprotno: namreč da so bile vloge, ki so jih lahko imele v turizmu ženske, v veliki meri pogojene in omejene z družbenimi vlogami, ki so jim bile dodeljene v sami skupnosti, čeprav so ravno ženske tiste, ki izdelujejo značilne ročne izdelke *mola*, po katerih je pleme Kuna znano po vsem svetu. Šele v zadnjih letih je z ustanovitvijo ženske zadruga v skupnosti Kuna opaziti majhne, a pomembne spremembe v položaju žensk (Swain 1989).

Problem, ki ga v razpravah o kulturnih spremembah v zvezi s turizmom poudarjajo številni antropologi, je težavnost vrednotenja medkulturnega stika v turizmu za kulturni razvoj in kulturne spremembe, zlasti ker se večina medkulturnih stikov, ki se razvijajo s turizmom, dogaja v širšem kontekstu modernizacije. Za večino kultur in skupnosti, ki v vlogi gostiteljev postanejo del globalnega turizma, turizem igra seveda

pomembno vlogo pri razvoju kulture. Hkrati pa ne smemo pozabiti, da turizem ni edini proces, skozi katerega člani gostiteljske skupnosti dobijo možnosti za stike z drugačnimi kulturami. Za boljše razumevanje dinamike kulturnih sprememb je treba odkriti način, kako turizem postaviti na primerno mesto ob druge modernizacijske procese. Valene Smith citira pogovor s turističnim vodnikom v Indoneziji, v katerem zelo dobro ponazarja pomen primerne kontekstualizacije turizma: »Turizem v našem življenju ni pomemben – mi vsak večer gledamo svet po televiziji.«¹² Takšna kontekstualizacija je še potrebnejša, če analitik želi rešiti vprašanja o turizmu znotraj okvira globalizacije, ki sam po sebi predpostavlja medkulturne stike na več ravneh.

Pomembna tema, ki jo poudarjajo mnogi antropologi, tema, ki ima velik vpliv tako na medkulturne turistične stike kakor tudi na kulturno asimetrijo med turisti in gostitelji, je dejstvo, da je turizem kot industrija odvisen od komercializacije ali komodifikacije kulture; drugače rečeno, to pomeni ovrednotenje neke kulture zgolj po njeni vrednosti kot morebitno blago, namenjeno trženju, za nakup in za prodajo. Med prvimi in najbolj citiranimi raziskavami o komercializaciji kulture je delo Davydda Greenwooda o kulturnih učinkih preobrazbe festivala v turistično atrakcijo v baskovski vasi Fuenterrabia. Greenwood v svojem članku trdi, da je bil festival Alarde pomemben družbeni dogodek, s katerim so vaščani Fuenterrabie izrazili in obnovili solidarnost ter tudi svojo baskovsko identiteto. Družbeni pomen festivala se je spremenil, ko je občinska oblast s podporo španske vlade začeli promovirati Alarde kot turistično atrakcijo. Sprememba družbenega obreda v javni spektakel – čeprav je bilo to kratkoročno uspešno zaradi števila turistov, ki so se festivala udeležili – je v resnici uničila kulturni pomen festivala za vaščane. Čeprav se vaščani zaradi preobrazbe festivala niso odkrito uprli, Greenwood v svoji raziskavi dokazuje splošno pomanjkanje interesa za festival, zlasti med morebitnimi nastopajočimi, ki niso več želeli sodelovati. To pomanjkanje interesa, trdi Greenwood, je dokaz zreduciranosti kulturno živega obreda na dogodek, ki za vaščane ni imel nobenega pomena in ki je postal zgolj sredstvo za privabljanje turistov. Po Greenwoodovem mnenju je avtentičnost obreda ter njegov kulturni pomen pomagalo uničiti tudi to, da so morale oblasti vaščane plačevati, da bi sodelovali pri festivalu (Greenwood 1989).

Komodifikacija kulture, obravnavanje kulture kot naravnega vira, ki je na razpolago ponudnikom turističnih storitev, da ga predelujejo ter

¹² »Tourism is not important in our lives – we see the world on television every night.« V. Smith 1989a: 9.

prodajajo obiskovalcem in turistom, za Greenwooda predstavlja kršenje kulturnih pravic ljudi in hkrati krajo kulturnih orodij, s katerimi ljudje osmišljajo svoje življenje (Greenwood 1989: 179). Kot je bilo razvidno pri obravnavi trženja naravnih virov preko turizma, se lahko tudi kulture in kulturna avtentičnost izčrpajo: tako se lahko ravno tista kulturna posebnost neke gostiteljske skupnosti, ki je pripomogla k njenemu uspehu kot turistične lokacije, uniči s samim turizmom.

Antropološke raziskave, ki obravnavajo turizem ne samo kot kulturni proces, ampak tudi kot proces komercializacije, odpirajo pomembna vprašanja o bodočnosti kulture, kulturne avtentičnosti in kulturne identitete – in to ravno v času, ko kulturni turizem postaja vse popularnejši, zlasti zaradi priznanja, ki ga je prejel znotraj same turistične industrije glede meja razvoja določenih oblik masovnega turizma, in zaradi vedno večje konkurence znotraj same turistične industrije, ki narekuje razvoj vedno novih oblik turizma (Boissevain 1996; Craik 1997). Ali turizem res po naravi negativno učinkuje na kulture in na kulturne identitete? Kako komercializacija kulture vpliva na predstavo oziroma čut za lastno identiteto gostiteljev? Michael Erisman je v svojem delu o turizmu na zahodnih indijskih otokih izrazil skrb glede možnega razvoja kulturne odvisnosti gostiteljskih skupnosti: da bi namreč kultura preko turizma lahko izgubila uporabno vrednost, pridobila pa bi menjalno vrednost kot turistično blago. V tem kontekstu lahko gostitelji po eni strani pridobijo določene ekonomske koristi, po drugi strani pa lahko postanejo kulturno odvisni od turistov, se vseskozi prilagajajo njihovim potrebam in željam, nad katerimi imajo zelo malo nadzora, in na ta način lahko celo izgubijo lastno kulturno identiteto (Erisman 1983).

Kakšne procese in spremembe sproža komercializacija kulture gostiteljske skupnosti? Ali se vsaka sprememba nujno odraža oziroma privede do kulturne odvisnosti? Etnografske raziskave različnih kultur so dokumentirale celo paleto kulturnih sprememb, ki so delno posledica komercializacije kulture preko turizma. Nekatere gostiteljske kulture »izumijo« tradicije in obrede z namenom, da turistom ponudijo več kulturnih dogodkov. Tako Erve Chambers navaja primer razvoja »tradicionalne« srebrninarske industrije v mehiški vasi Taxco v tridesetih letih prejšnjega stoletja na pobudo ameriških turistov (Chambers 2000: 97). Annabel Black je v svojih raziskavah na Malti ugotovila, da je sedaj postalo popularno uprizarjanje »tradicionalnih« plesov za turiste, čeprav so stari le nekaj let (Black 1996: 117). Roel Puijk poudarja, da so vaščani iz Henningsvaera na severu Norveške začeli organizirati neki ribiški festival vsako leto med visoko turistično sezono (Puijk 1996: 219).

Poleg kulturnih »izumov« so antropološke raziskave razkrile tudi veliko primerov prilagoditve kulturnih običajev pa tudi kulturnih izdelkov v gostiteljskih skupnostih zaradi turizma. Betty Duggan je pri svojem delu z Eastern Cherokee Qualla zadrugo umetne obrti, ki je ena izmed najuspešnejših plemenskih zadrug, dokazovala, kako so se člani zadruge v letih njenega delovanja naučili prilagajati tradicionalne umetniške vzorce okusu urbanih potrošnikov in kako so se strokovno šolali kot umetniki in obrtniki z namenom, da bi naprej razvijali svoje delo (Duggan 1997). Josef A. Gamper v svoji etnografski analizi dveh turističnih krajev v južni Avstriji razlaga, da člani teh skupnosti turistom tako prilagodijo svoja oblačila, da nosijo tradicionalno nošo med turistično sezono, kar sicer v drugih obdobjih ne počnejo. Nadalje so domačini turizmu prilagodili celo barvo tradicionalnih oblačil: običajno je bila noša rjave, črne in bele barve, a domačini so se odločili tem barvam dodati še rdeč telovnik, saj je rdeča barva privlačnejša za turiste. Gamper citira enega izmed svojih sogovornikov, ki razlaga, kako se rdeča barva bolje vidi na fotografijah, ki jih posnamejo turisti (Gamper 1981).

Ampak ali so ti primeri kulturnih »izumov« in kulturnih sprememb, ki jih navajajo antropologi, nujno tudi dokaz kulturne odvisnosti? Kateri so tisti dejavniki, ki motivirajo člane določene gostiteljske skupine, da prilagodijo ali na novo ustvarijo kulturne običaje ali izdelke? Eden izmed razlogov, ki jih ponujajo antropologi, temelji na določenem razumevanju odnosa med turistom in gostiteljem, ki ga dobro ponazarja Urryjev koncept turističnega pogleda. John Urry uporablja koncept turističnega pogleda kot analitično orodje, ki omogoča razpravo o različnih spodbudah za razvoj turizma in o razlogih, zakaj so določeni kraji in objekti zanimivi v očeh različnih skupin turistov. Turistični pogled tudi določa naravo odnosa med turisti kot gosti in gostitelji: gosti oziroma turisti naj bi bil tisti, ki gledajo, gostitelj pa naj bi bil tisti, ki so predmet pogleda in ki imajo od tega pogleda določene koristi (Urry 1990). V tem odnosu naj bi turisti nad gostitelji uveljavljali določeno moč z določenimi pričakovanji o tem, kakšni naj bi bili gostitelji videti in kako naj bi se obnašali. Po drugi strani pa gostitelji skušajo privabiti in obdržati pozornost turističnega pogleda, kar pomeni, da uprizarjajo določene tradicije in se obnašajo na določen način v upanju, da bodo tako ugajali turistom in jih prepričali, da se v turistični kraj ponovno vrnejo. Ta proces v bistvu vsebuje element tega, kar je MacCannell imenoval »uprizorjena avtentičnost« (*staged authenticity*): tisti kulturni izdelki in kulturne navade, ki so izdelani oziroma uprizorjeni v luči turističnega pogleda, niso avtentični v smislu pristnosti izrazov določene kulture, ki jo slučajno obiščejo turisti, ampak so avtentični v

smislu izpolnjevanja pričakovanj turistov o avtentičnosti (MacCannell 1999).

Tom Selwyn v svoji obravnavi mitov in procesa sestavljanja mitov v turizmu trdi, da so pričakovanja, ki jih imajo turisti o določeni turistični destinaciji in o kulturi krajanov (ali, drugače rečeno, struktura oziroma oblika turističnega pogleda), oblikovana, preden se sploh odpravijo na pot, in ravno ta pričakovanja predstavljajo miselni okvir, v katerem turisti doživljajo svoje počitnice. Selwyn poudarja, da med dejavniki, ki oblikujejo percepcijo in pričakovanja turistov v zvezi z določenimi turističnimi destinacijami, najdemo stalno skrb za složne družbene odnose, za ideje o skupnosti in predstave o (družbeni) celoti (Selwyn 1996). Ker so pričakovanja turistov v veliki meri oblikovana zunaj strogih meja odnosa med gostom in gostiteljem, ki se razvije med obiskom gosta v turističnem kraju, pomeni, da je treba upoštevati in analizirati tudi druge dejavnike in druge družbene akterje, ki so tudi lahko pomembni pri oblikovanju teh pričakovanj, in tudi kulturno dinamiko, ki vpliva na kulturne spremembe. Nadalje se lahko ob podrobnejši analizi položaja ter vloge turistov v procesih kulturnega razvoja in kulturnih sprememb vprašamo, do katere mere so tudi turisti sami (poleg gostiteljev) pri svojem dopustovanju omejeni s kulturnimi dejavniki, ki strukturirajo njihovo stališče. Takšna vprašanja od analitika tudi zahtevajo, da ponovno oceni naravo in dimenzije družbenega konteksta, v katerem se odvijajo odnosi med turisti in gostitelji.

Tu velja omeniti, da so antropologi v zadnjih letih ugotovili, da je turizem za pomembno število kultur oziroma skupnosti doprinesel pozitivne kulturne spremembe, ne glede na nevarnosti, ki jih zanje predstavljata turizem in komercializacija kulture. Dejansko turizem v obdobju globalizacije nekaterim skupnostim omogoča ekonomsko in kulturno preživetje. Sharon MacDonald je denimo raziskala vlogo centra za kulturno dediščino z imenom *Aros: The Skye Story* (Aros: Zgodba o Skyeju) na škotskem otoku Skye in vpliv tega centra na skupnost in na njeno dojetje svoje kulturne identitete. Center za kulturno dediščino sta ustanovila dva člana lokalne skupnosti, ki sta bila hkrati člana narodnega gibanja za oživitev galščine, ki se je tedaj širilo po vsej državi. Člani narodnega gibanja so si prizadevali, da bi na Škotskem govorili čim več galščine in da bi jo oživili kot element kulturne identitete za sedanje in bodoče generacije. Čeprav tako ustanovna člana centra kakor tudi MacDonaldova odkrito priznavajo, de je center primer komercializacije galske kulture za potrebe turistov, pa MacDonaldova sama trdi, da zgodovina in uspeh centra temeljita na dejstvu, da se prebivalci istovetijo z alternativno zgodovino galskega jezika in galske kulture, ki jo prebivalcem otoka Skye in turistom, ki tja pri-

dejo na dopust, ponuja ta center. Poleg tega zaposluje pomembno število mladih članov skupnosti, za katere je galska kultura ne le oblika kulturne dediščine, ampak tudi sredstvo za ekonomsko bodočnost. Tako je center tudi pripomogel k temu, da se je tendenca odseljevanja z otoka obrnila, zlasti med mlajšimi generacijami (MacDonald 1997).

Simone A. Abrams meni, da so priložnosti, ki jih turizem ponuja prebivalcem kantalske regije v Franciji, resnično produktivne za razvoj refleksije pri prebivalcih regije. Vas, na katero je Abrams usmerila svoje etnografske raziskave, obiskuje veliko turistov, ki jih kantalska regija privlači iz različnih razlogov: festival sv. Marije, ekološki muzej, v katerem je predstavljeno tradicionalno kmečko življenje, ter tradicionalno pridelana hrana. Po mnenju Abramsove je veliko prebivalcev kantalske regije, ki se do neke mere preživljajo s turizmom, ugotovilo, da njihovo kmečko življenje, privlačno za turiste, sedaj predstavlja osnovo za pozitivno preoblikovanje njihove identitete v svetu, ki ceni tisto, kar je tradicionalno, kot avtentično ter tradicionalno pridelano hrano kot biološko oziroma okolju prijazno hrano. Čeprav turizem prinaša neizbežno komercializacijo njihovega življenja, Abramsova trdi, da prav ta proces omogoča ljudem v tem delu sveta tudi to, da na novo ovrednotijo svojo zgodovino in se ne sramujejo več svojega kmečkega porekla, kar so jim privzgjajali skozi generacije (Abrams 1996: 198).

Zgornji etnografski primer je vključen v zbornik etnografskih analiz, ki ga je uredil antropolog Jeremy Boissevain. Zbornik se osredotoča na vprašanje, ki je bilo dolgo časa prezrto – kar je do neke mere tudi vplivalo na smer razvoja teoretičnih diskusij o turizmu in antropologiji – na vprašanje reakcij gostiteljskih skupnosti na prisotnost turistov in turizma (Boissevain 1996). Mnogi antropologi sedaj opozarjajo, da v preteklosti ni bilo dovolj poudarka na vprašanju, kako so gostitelji vpleteni v proces kulturnega razvoja oziroma kulturnih sprememb in kako na tovrstne procese reagirajo, kar je v očitnem nasprotju z obsežno etnografsko pozornostjo, s katero so antropologi analizirali učinke turizma na gostiteljskih skupnostih. Velika večina antropološke literature se osredotoča na etnografsko analizo učinkov turizma s predpostavko, da je bila gostiteljska kultura pred prihodom turizma pasivna in skoraj statična. Robert Wood ta pristop k odnosu med turistom in gostom primerja z igro biljarda, v kateri premikajoča se krogla (turizem) zadene mirujočo kroglo (gostiteljska skupnost) (Wood 1993: 106).

Predpostavke, kot je zgoraj omenjena pasivnost, ki jo pripisujejo gostiteljskim kulturam ob uvajanju turizma, so vzrok za številne etnografske luknje. Te luknje nastajajo zato, ker mnogi antropologi zaradi predsod-

kov, ki jih imajo o gostiteljskih kulturah nasploh in o samem turizmu, niso upoštevali možnosti množstva vlog, ki jih lahko v turističnem procesu igrajo gostiteljske kulture, in si zato niso zastavljali ključnih etnografskih vprašanj. Med vprašanji, ki zaradi tovrstnih predpostavk niso dovolj raziskovali, so: vprašanje motivacije za turizem s strani gostiteljske skupnosti; raziskovanje vrste reakcij članov gostiteljske skupnosti na turizem; in analiza učinkov turizma na turiste in njihovo predstavo o lastni kulturni identiteti (Stronza 2001). Dejstvo, da se takšna vprašanja redko zastavljajo in posledično nastanejo etnografske luknje, le utrjuje apriornost strukturiranja odnosa med turisti in gostitelji v smislu kulturne in/ali ekonomske odvisnosti glede na vlogo, ki je v kontekstu turizma kot medkulturnega stika podeljena kulturi, iz katere izhajajo turisti, in gostiteljski kulturi. Tovrstne luknje predstavljajo tudi glavno oviro za etnografsko odkrivanje in raziskovanje dejavnikov, ki so ključni za razumevanje, zakaj je v določenih primerih turizem koristen in tudi finančno donosen in zakaj v drugih ni.

Če se vrnemo k Dennisonu Nashu in njegovim trditvam glede turizma in imperializma, lahko ugotovimo, da je vprašanje kulturne odvisnosti drugače oblikovano kot vprašanje ekonomske odvisnosti in da se je večina raziskav prvotno osredotočila na odnos med turisti in gostitelji, kar je pripeljalo do tega, da je bila globalna dimenzija turizma kot kulturnega procesa v veliki meri zanemarjena.

Etnografska analiza turizma v Bohinju, ki je predmet te monografije, temelji na antropoloških raziskavah, katerih namen je zapolniti tiste etnografske vrzeli, ki so nastale zaradi prevlade določene smeri v raziskavah o kulturi turizma; in to je tudi namen pričujoče analize. Med takšnimi raziskavami najdemo zbornik, ki ga je uredil Jeremy Boissevain in ki združuje etnografske analize turizma v številnih skupnostih po Evropi in različne strategije, ki so jih prebivalci teh krajev razvili kot reakcijo na različne vidike masovnega in zlasti tudi kulturnega turizma. Upoštevanje teh strategij omogoča analizo turističnih krajev kot spornih krajin (*contested landscape*), v katerih se srečujejo različni interesi tistih, ki se tam ukvarjajo s turizmom. Tukaj je smiselno omeniti tudi Toma Selwyna in Erva Chambersa, ki sta v svojih analizah o mitih v turizmu oziroma o posredujočih družbenih akterjih pokazala načine, kako presegati analitični okvir odnosa med turisti in gostitelji za raziskovanje vzrokov za razvoj kulturne odvisnosti med različnimi gostiteljskimi skupnostmi. Tovrstna dela so ključne raziskave, ki so pripomogle k razumevanju povezav med lokalnimi in globalnimi vidiki turizma, tako v ekonomskem kakor tudi v kulturnem smislu (Boissevain 1996; Boissevain, Selwyn 2004; Bruner 2005; Weber 2003).

USKLADITEV LOKALNEGA IN GLOBALNEGA

V prejšnjem poglavju je bil podan pregled razvoja antropologije turizma in prispevkov antropologije k splošnemu študiju turizma. Obravnavano je bilo, kako se antropologi lotevajo turizma kot družbenega pojava in tudi kot kulturnega procesa; kako so uspeli odkriti nove dejavnike, ki vplivajo na razvoj turizma, in kako jim je uspelo te dejavnike vključiti v znanstvene diskusije in raziskave o turizmu; kako so se osredotočili na kompleksnost turističnega procesa in na vloge različnih družbenih akterjev v tem procesu; in kako so dokazali pomen analize vloge kulture in kulturnega konteksta za razumevanje turizma kot pojava, ki postaja po svoji razsežnosti vedno bolj globalen in vedno bolj odvisen od kulture kot vira turistične atrakcije. V pregledu je tudi opisano, kako so antropologi skušali razviti koncepte in teorije, ki bi jim omogočili raziskovanje globalnih razsežnosti turizma.

V pričujočem poglavju bomo svojo pozornost od antropoloških prispevkov k študiju turizma obrnili k izzivom, ki jih raziskave o turizmu predstavljajo za samo antropologijo. Poleg tega, da je turizem pomemben družbeni, kulturni, politični in ekonomski pojav, čigar vpliva na večino družb in držav po svetu antropologi ne smejo prezreti, predstavlja zanje tudi določene izzive, s katerimi se morajo soočiti, če želijo razviti metode in teorije, ki bi omogočili analizo globalnih procesov, ki zaznamujejo sedanji čas. Kako bi lahko ocenili antropološko analitično orodje, antropološke koncepte in metode v luči izzivov, ki jih globalni pojavi, kot je turizem, predstavljajo za antropologijo?

Izzivi globalnega turizma

Povedati je treba, da je antropologija vedno bila globalna veda, saj se antropologi posvečajo študiju kultur po vsem svetu. Vendar je glede na diskusije o pomenu globalizacije, ki so bile predstavljene v prvem poglavju, v tem kontekstu potrebno omeniti, da je globalizacija antropologije prisilila, da pregledujejo svoje lastne predstave o kulturi, predstave, ki so temeljito vplivale na način, kako se lotevajo analize kultur in kultur-

nih pojavov po vsem svetu, tudi analize turizma. Kot je bilo že rečeno, realnost zmanjšanja fizičnega kakor tudi družbenega prostora med geografsko oddaljenimi kulturnimi skupnostmi ter učinek tega zmanjšanja na odnose med kulturami ne sovpadata s prevladujočimi predstavami o kulturi kot homogeni, razločni celoti z jasnimi mejami.

Z namenom, da bi razvili vedno podrobnejše razumevanje kulturnih razlik in načela kulturnega relativizma, so antropologi razvili značilne koncepte in metode, med katerimi je za antropologijo najznačilnejše terensko delo. Takšno mesto znotraj antropološke vede mu je dodelil Bronislaw Malinowski s svojim delom v kulturni skupnosti s Trobriandskih otokov. Terensko delo se nanaša na dolgotrajnejše bivanje ter intenzivne analize določene kulture, ki trajajo vsaj toliko časa, da je mogoče izkusiti celoten družbeni cikel letnih časov. V tem času si antropolog prizadeva, da bi se čim bolje vključil v vsakdanje življenje določene kulturne skupnosti. Po mnenju zagovornikov terenskega dela je tovrstna vključitev, ki antropologu omogoča, da opazuje in se do neke mere udeležuje družbenega življenja določene skupnosti, učinkovitejša raziskovalna metoda, saj naj bi bili člani kulturne skupnosti, ki so pod antropološkim drobnogledom, bolj odprti glede lastne kulture, če vidijo, da se antropolog trudi živeti tako kot oni in da si res prizadeva razumeti njihovo kulturo. Nadalje je tudi pomembno, da antropolog živi zunaj svojega lastnega kulturnega konteksta s svojimi rutinami in (ponavadi nereflektiranimi) predpostavkami, kar naj bi služilo kot pomoč pri razvoju določene senzibilnosti za razlike med njegovo kulturo in kulturo, ki jo analizira.

Kaj pa če so razlike med kulturami zaradi globalizacijskih procesov drugače strukturirane, kot so predpostavljali antropologi? Če je tako, kaj to potem pomeni za učinkovitost raziskovalnih metod, ki so jih antropologi razvili z namenom, da bi bolje razumeli različne kulture? Mnogi analitiki kritizirajo nesporno veljavo, ki je priznana terenskemu delu, in status terenskega dela kot profesionalnega obreda iniciacije v antropologiji, zaradi česar naj bi sedaj vedo bolj določale njene metode dela kot pa osrednja vprašanja, ki jih obravnava. Akhil Gupta in James Ferguson v svojem delu o vlogi terenskega dela znotraj antropologije menita, da antropologi gradijo svojo identiteto tako, da se navzven predstavljajo kot strokovnjaki za vprašanja razlik med kulturami pa tudi na podlagi neke metodologije, ki omogoča razumevanje razlik med kulturami. V tem kontekstu zanju terensko delo ne predstavlja učinkovitega metodološkega orodja, ampak sredstvo za določanje meje razvoja same vede (Gupta, Ferguson 1997a: 2).

Čeprav se ob tem argumentu postavlja vprašanje o preprosti vzročni zvezi med terenskim delom kot osrednjo antropološko metodo in razvojem same antropološke vede, Gupta in Ferguson dokazujeta, kaj bi se lahko zgodilo, če ne bi ohranjali kritičnega odnosa do vloge terenskega dela v antropologiji in do samega izvajanja terenskega dela. Ob tem naj dodam, da Gupta in Ferguson ter številni drugi, ki se vprašujejo o vlogi terenskega dela v antropologiji, obravnavajo to, kar je George Marcus imenoval raziskovalna domiselnost (*research imaginary*). Za Marcusa se koncept raziskovalne domiselnosti nanaša na prevladujočo miselnost znotraj vede o spreminjajočih se predpostavkah ali občutljivosti, ki do neke mere določa, kako so formulirani raziskovalni problemi in analitična vprašanja ter kako so sestavljeni konkretni raziskovalni projekti. Nadalje se ta pojem nanaša tudi na diskusije in intelektualni prostor znotraj vede, v katerem se izoblikujejo same raziskovalne ideje. Po Marcusovem mnenju so strokovne razprave znotraj tovrstnega intelektualnega prostora pomemben dejavnik, ki trenutno manjka v antropoloških razpravah o raziskovalnih praksah, kot je terensko delo. Kajti ravno v fazi raziskovalne domiselnosti se prvič pojavijo mnogi problemi in vprašanja, ki bi se lahko pokazali in razvili pri raziskovanju kakšnega kulturnega fenomena, in je zato bolje, da se jih lotimo že v tej fazi (Marcus 1999: 10).

Tako Marcus osrednjega problema antropoloških razprav o raziskovalnih metodah ne umešča v samo naravo terenskega dela, ampak v intelektualni prostor oziroma fazo pred izvedbo raziskovalnih projektov, pred samo terensko delo, torej v konceptualizacijo raziskovalnih vprašanj. Naj tu dodam, da koncept raziskovalne domiselnosti razkriva in identificira vrzel, ki je nastala med sedanjimi teoretičnimi kritičnimi razpravami o oceni oziroma ovrednotenju razvoja antropološke vede in izvedbo teh kritik v praksi. Ohranjanje pojmovanja terenskega dela kot nesporne, značilne antropološke metode pa pripomore k vzdrževanju te vrzeli.

Nekateri antropologi so se s to vrzeljo soočili tako, da so na različne načine razširili teme razprav o terenskemu delu, da bi se tako izrecno dotaknili konceptualizacije in prakse terenskega dela znotraj antropologije. Nekateri so se lotili položaja terenskega dela znotraj vede tako, da so se osredotočili na njegovo zgodovino in na dejavnike, ki so pripomogli k prevladi terenskega dela kot značilne antropološke metodologije, kar se je zgodilo nekje na sredini 20. stoletja. Tako se je denimo Henrika Kulklick, da bi bolje razumela zgodovinske dejavnike, ki so vplival na spreminjajočo se vlogo terenskega dela, v svoji analizi tradicije terenskega dela osredotočila na širšo znanstveno skupnost, kateri so antropologi ta-

krat pripadali. Kuklickova razlaga, da je v začetnem obdobju antropologije obstajala stroga razdelitev med teoretično dejavnostjo in terenskim delom, med gospodi, ki so teorije pisali v svojih domačih naslanjačih (*gentlemen armchair theorists*), in nekvalificiranimi terenskimi delavci, ki so bili včasih celo sužnji. V tistem času je prevladovalo mišljenje, da je zbiranje podatkov enostaven proces in da ključ do kakovostne znanosti tiči v strokovni analizi podatkov – ne glede na izvor teh podatkov in način njihovega zbiranja – ter v razvoju teorij na podlagi analiz; v dejavnosti torej, ki je bila rezervirana samo za intelektualno elito. Kuklickova trdi, da je na takšno predstavo delitve dela med teoretiki in terenskimi delavci, ki je veljala za edino podlago za razvoj znanosti, vplivala predvsem širša skupnost prevladujočih naturalistov in njihov takratni intelektualni projekt. Tedaj je bil cilj naturalistov izdelati eno samo lestvico evolucije človeštva, cilj, ki je bil izraz splošnega prepričanja, da obstajajo zakoni družbene evolucije, ki naj bi bili univerzalno veljavni, ne glede na razliko med kulturami oziroma družbami. To prepričanje je vplivalo tako na strokovna vprašanja kakor tudi na metode, ki so takrat sooblikovale razvoj antropologije: teoretiki so namreč predpostavljali, da je človeška (in kulturna) evolucija vsepovsod sledila istemu nizu stopenj razvoja ter da neposreden stik s specifičnostjo katere koli kulture ni relevanten za intelektualni projekt, pri katerem so takrat antropologi sodelovali. Šele s pojavom razprav znotraj naravoslovnih ved o pomenu neposrednih izkušenj pri razvoju znanosti ter s profesionalizacijo antropologije in prestrukturiranjem takratnih univerz se je hierarhija terenskih raziskav in teoretičnega dela spremenila s pomočjo generacije poklicnih antropologov, ki so združili raziskovalno in teoretično dejavnost (Kuklick 1997). Tako je terensko delo počasi pridobivalo strokovno veljavo in tudi antropologi so postajali znani kot tisti znanstveniki, ki so potovali na vse konce sveta, da bi preučevali drugačne kulture.

Treba je pripomniti, da je naklonjenost terenskemu delu znotraj antropološke vede spremljal tudi pomenljiv premik v raziskovalni domiselnosti, zlasti v predstavah o naravi vezi med različnimi kulturami po svetu. Zgodovinsko obdobje pred profesionalizacijo antropologije, ki ga je opisala Henrika Kuklick, so definirali teoretiki iz intelektualne elite, ki so pristopali k raziskavi kultur in ljudstev na način, ki so ga narekovali cilji in predstave naturalistov. V tem kontekstu takratni teoretiki niso obravnavali kultur sveta v smislu njihovih specifičnosti in morebitnih medsebojnih razlik; namesto tega so znotraj podatkov, ki so jim jih posredovali terenski delavci, iskali tiste podrobnosti, ki bi jim omogočile določiti stopnjo razvoja določene kulture na univerzalni lestvici evolucije

človeštva. Lahko bi celo rekli, da so tako artikulirali odnose med različnimi kulturami bolj v časovni dimenziji, v povezavi s stopnjo razvoja, na kateri naj bi se nahajala vsaka posamezna kultura. Prenos poudarka na terensko delo, kar vključuje tudi potovanja antropologov in njihov neposreden stik s kulturami, ki jih analizirajo, je tudi pomenil, da so od tedaj obravnavali kulture, kulturne specifičnosti ter tudi odnose med kulturami na drugačen način. Ob tem novem poudarku lahko tudi sledimo razvoju nove logike raziskovalne domiselnosti, logike, ki je temeljila na prostoru, razdaljah in različnosti. Prav tovrstna logika pa je sedaj s pojavom globalizacije in zmanjševanjem oddaljenosti med kulturami postavljena pod vprašanj.

Mnogi kritiki med samimi antropologi trdijo, da tiste razdalje, preko katerih potujejo antropologi kot strokovnjaki za kulturne razlike, ne smejo biti mišljene kot prazen prostor, ampak da je ta prostor družbeno določen, da predstavlja družbeno utemeljene razlike, ki so v veliki meri definirane s strani antropologov samih. Eno izmed osnovnih družbenih dvojnosti oziroma nasprotij, ki jih antropologi uporabljajo v svojih razpravah, je nasprotje med »terenom« in »domom« v času terenskega dela. Med drugimi je tudi James Clifford opozarjal na dejstvo, da poklicna praksa potovanja in bivanja antropologov predstavlja potovanje in bivanje na terenu z namenom, da bi neposredno opazovali in analizirali določeno kulturo, in tudi odhod s terena, ko antropolog začne s fazo etnografskega pisanja (Clifford 1992). Tu je vredno pripomniti, da čeprav sta raziskovanje in teoretsko delo sedaj združena v vlogi mobilnega profesionalnega antropologa, sta sami dejanji pisanja in kovanja teorij še vedno ločeni od samega terenskega dela, praviloma od »doma«, skratka na lokaciji zunaj prostora samega terenskega dela oziroma »terena«.

Pomembno je imeti pred očmi dejstvo, da »dom« za antropologe ni zgolj fizični kraj, ampak tudi intelektualno stališče. V intelektualnem smislu predstavlja dom osrednjo točko, s katere antropologi mapirajo celotno geografijo kulturnih območij kot kategorij različnosti, ki so sedaj postale osrednje načelo discipline. Kot trdi Joanne Passaro v svoji obravnavi vloge terenskega dela in razvoja pojma kulturnih regij, mapiranje kulturnih regij ni samo geografsko razmejevanje in določanje sveta, ampak tudi predstavlja sistem intelektualnih okvirov, v katere se morajo prilegati ideje za raziskovalne projekte, če antropologi želijo, da bi bile njihove ideje znotraj same stroke sprejete kot vredne analitične pozornosti. V svojem eseju Passarova opisuje lastne izkušnje z intelektualnimi omejitvami, ki veljajo za projekte, ki naj bi se ukvarjali s kulturnim območjem Sredozemlja. Ko je razvijala svoje ideje za antropološko raziskavo v Sredozemlju, se je soočila

s strogotjo raziskovalne domiselnosti, ki je bila vezana na to kulturno območje in ki je temeljila na dveh osnovnih predpostavkah: na obstoju kulturno združenega območja Sredozemlja ter na osrednjem mestu, ki ga zavzemajo pravila časti in sramote kot značilnosti celotnega območja. V tem oziru je kulturno območje Sredozemlja po mnenju Passarove omejilo možnosti raziskav do te mere, da naj bi bile antropološke pozornost vredne samo tiste raziskave, ki niso raziskovale, ampak le potrjevale in dokumentirale veljavnost obeh predpostavk. Tako je, kot pravi Passarova, sama veda vsilila ti dve predpostavki na to kulturno območje (Passaro 1997).¹³

Vendar antropološko mapiranje terena ni omejeno le na določanje kulturnih območij oziroma regij. V nasprotju s podobo o potujočem antropologu je Arjun Appadurai razvil podobo »zaprtega domorodca oziroma domačina« (*incarcerated native*), ki je omejen v času, prostoru in svoji identiteti; njegov položaj je določen s koncepti, kot so kulturna območja oziroma regije, in s predpostavkami o statičnih družbah ter kulturah, na katere je, kot je videti, vezana praksa terenskega dela (Appadurai 1988).¹⁴ Kulturne skupnosti niso prostorsko omejene oziroma določene, kulturno homogene tvorbe, kot so si jih dolga leta predstavljali antropologi. Po Appadurajevem mnenju je sedanji izziv za antropologe v tem, da prepoznajo dejstvo, da mobilnost in potovanje preko meja držav in družb nista omejena samo na antropologe, ampak da zadevata tudi tiste ljudi, ki naj bi jih antropologi analizirali »na terenu«. Mobilnost ljudi, ki živijo na antropološkem »terenu«, pa ni samo fizična, ampak tudi intelektualna, saj ljudje, katerih kultura je postala predmet antropološke pozornosti, niso apriorno določeni z antropološkim razumevanjem lokacije oziroma prostora in zgodovine, ampak imajo dejansko nekaj kontrole nad tem, kako si predstavljajo in artikulirajo svojo identiteto. V tem smislu se Appadurai dotakne vprašanja vpliva in moči antropoloških definicij terena in s tem tudi dokazuje, kako definicije, s katerimi naj bi antropologi opisovali realnost kulturnega življenja na terenu, niso vedno točne ali transparentne. Appadurai tudi trdi, da sedaj, v dobi globalizacije, prihaja do sprememb v navadah kulturnih skupin po vsem svetu, ki jih morali antropologi upoštevati in nanje s svojimi raziskovalnimi metodami vred tudi reagirati, če ne želijo zgolj razumeti sedanje kulturne realnosti, ampak tudi ponuditi kakšno poglobljeno analizo na to temo (Appadurai 1991). V nasprotnem

¹³ Več o diskusijah o konceptu kulturnih območij v: Appadurai 1988; Herzfeld 1987; Gupta, Ferguson 1997.

¹⁴ Več o diskusijah o oblikovanju konceptov časa in terenske prakse v: Des Chene 1997; Fabian 1983; Stocking 1983.

primeru bo terensko delo kot raziskovalna metoda postalo samo oblika potovanja, namesto da bi bilo učinkovito sredstvo, ki omogoča neko intelektualno dejanje.

Študij turizma kot enega izmed globalnih procesov dejansko predstavlja zanimiv izziv za antropologijo kot vedo, ki sedaj izkuša to, kar sta Gupta in Ferguson opisala kot paradoksalni trenutek. Po njenem mnenju so si antropologi začeli zastavljati vprašanja o prej nespornih idejah o kulturah in kulturnih skupnostih, ki naj bi obstajale kot geografsko zaokrožena območja, in sčasoma priznavajo, da so ljudje, predmeti in tudi ideje vedno bolj mobilni. Hkrati pa antropologija še vedno ohranja močan poudarek na metodi terenskega dela, ki zahteva dolgotrajno bivanje v nekem določenem okolju (Gupta, Ferguson 1997a: 4). Ob tej paradoksalni situaciji se pojavi vprašanje: ali je sploh mogoče nadaljevati ali prilagoditi izvedbo terenskega dela pri raziskavah, ki se osredotočajo na kulturne analize globalnih procesov ali celo na kulturne skupnosti, glede na njihovo strukturiranje v sedanjem obdobju?

Turizem je za antropologijo tako poseben predmet zato, ker predstavlja izziv za vse tiste predpostavke znotraj antropologije o posameznih kulturah in prostorski logiki, na katerih temelji klasični koncept terenskega dela. Turizem se po naravi nanaša na neko obliko potovanja, na prestopanje meja med kulturami oziroma med državami, na vzajemno delovanje med kulturami, na gibanje oziroma potovanje kulturnih subjektov v vlogi turistov, na kulturne spremembe v gostiteljskih skupnostih, ki se prilagajajo potrebam turizma itd. Ali je terensko delo v danih okoliščinah lahko učinkovito? Je sploh uporabno raziskovalno orodje za razumevanje pojava turizma, zlasti pri raziskavi turističnih pokrajin, kot je Bohinj?

To je zelo obširno vprašanje, saj se antropolog v študijah turizma lahko loti cele vrste različnih tem oziroma analitičnih problemov. Sledeča razprava se bo tega področja dotaknila z dveh vidikov: koliko to vprašanje vpliva na študij gostiteljskih skupnosti in turističnih pokrajin in koliko je zaznamovalo raziskovalni pristop, ki sem ga razvila za etnografsko analizo primera Bohinja kot turističnega kraja.

Razumljivo je, da etnografska analiza turistov od antropologa zahteva, naj bo ravno tako mobilna oziroma fleksibilen v izboru raziskovalnih metod, kot so mobilni oziroma fleksibilni sami turisti. Ampak kako ravnati v primeru etnografskih analiz turističnih krajev? Te predstavljajo poseben izziv, če upoštevamo tezo, ki jo je predstavil Dennison Nash v zvezi s turizmom kot neke vrste imperializmom. Antropologi so leta spretno uporabljali antropološke metode in koncepte, da bi analizirali ter kritično ocenili uporabo turizma kot razvojne paradigme; tako so tudi uspeli

dokazati pomen kulture pri obravnavi turizma. Kot je razvidno iz prvega poglavja, so tudi dokumentirali ekonomske in kulturne učinke turizma na gostiteljske skupnosti, pri čemer so se nekatere raziskave osredotočile na spremembe in razvoj na določenih lokacijah skozi desetletja. Raziskave o povezavah med kulturo in turizmom so obravnavale številna vprašanja: odnose med različnimi družbenimi skupinami v določeni kulturni skupnosti, kulturno akulturacijo, komercializacijo oziroma komodifikacijo kulture ter vprašanje kulturne avtentičnosti. S svojimi etnografskimi študijami v številnih turističnih krajih so antropologi dokazali, da turizem kljub temu, da ima globalne razsežnosti, ni monoliten pojav, saj se v različnih kulturah ne izvaja na isti način in tudi nima enakega učinka.

Ena izmed pomanjkljivosti dosedanjih analiz kulturnih učinkov turizma je, da se je, kot smo omenili na koncu prejšnjega poglavja, velika večina raziskav vloge kulture v turizmu osredotočila na turistični kraj oziroma na gostiteljsko skupnost ter, konkretnije, na odnos med turistom in gostiteljem. Med antropologi je vedno bolj prisotna kritika, da so preveč osredotočeni na odnose med turisti in gostitelji – kar je njihov raziskovalni *modus operandi* – saj tovrsten pristop namreč spregleda obstoj množice posredujočih družbenih akterjev, ki vplivajo na turistični proces in imajo od njega tudi koristi, čeprav delajo v ozadju stikov med gostitelji in turisti. Antropologi morajo šele razviti raziskovalni model oziroma metodo, ki bo omogočala sistematično vključitev vseh družbenih akterjev, ki so vpleteni v turistični proces od lokalne do globalne ravni, kar pomeni, da bi takšna metoda dejansko razširila pojem turističnega procesa preko meja stika med gostiteljem in turistom.¹⁵

Menim, da je glavni razlog za to stanje ta, da so kulturni učinki turizma bistveno težje določljivi in opredeljivi, kot to velja za njegove ekonomske učinke, zaradi česar je tudi težje izdelati splošni model za razumevanje kulturne dinamike in kulturnega kapitala pri delovanju turizma. Zato je analiza kulturnih učinkov turizma dosti bolj kompleksna. Čeprav ne želim podcenjevati kompleksnosti analize ekonomskih učinkov turizma, češ da odraža le »sledenje denarju«, pa je treba priznati, da je enostavnejše

¹⁵ Obstajajo svetle izjeme, dela nekaterih avtorjev, osredotočena na zunanje, nelokalne dejavnike ali na institucionalne akterje, ki so vpleteni v turistični proces, vključno z oblikovanjem politike turizma, ki se izvaja na državni ali meddržavni oziroma mednarodni ravni (Richter 1989), ter raziskave, ki so deloma usmerjene na odnose med lokalnimi, občinskimi in državnimi akterji (med temi sta zbornika *Coping With Tourists: European Reactions to Mass Tourism* [ur. Jeremy Boissevain] in *Tourism and Culture: An Applied Perspective* [ur. Erve Chambers]) in ponujajo podrobnejšo sliko o turističnem procesu.

slediti dobičku iz turizma ne glede na geografske ovire, pa naj so ga repatriirala mednarodna podjetja ali je prešel v roke občinske ali državne uprave v obliki davkov ali pa da končno predstavlja možnost posrednega ali neposrednega preživetja prebivalcem kraja, ki se je preoblikoval v turistični kraj.

Druga slaba stran, ki se lahko omenja v zvezi s prevladujočim osredotočenjem na odnos med gostiteljem in turistom in na terenske raziskave gostiteljskih skupnosti *per se*, zadeva odnos med turistom in gostom, ki ga ta kontekst predpostavlja. Kot je bilo omenjeno v prejšnjem poglavju, številni kritiki trdijo, da večina študij odnosov med turisti in gostitelji postavlja gostiteljsko skupnost v povsem pasivno in statično vlogo. Tovrstne študije tudi predpostavljajo, da so šele uvedba turizma in dejanja turistov tisti dejavniki, ki sprožajo ekonomske in kulturne spremembe v turističnih destinacijah. Woodova podoba igre biljarda, v kateri premikajoča se krogla (turizem) zadene mirujočo kroglo (gostiteljska skupnost), lahko osvetli pomen raziskovalne metode, ki se uporablja pri etnografski analizi turizma. Po eni strani mnogo antropologov zahteva odpravo predpostavk o gostiteljskih skupnostih in bolj odprt pristop k analizi njihove vloge v turističnem procesu. Tako ne bi vnaprej določali meja svojih etnografskih ugotovitev in bi uspeli zaobjeti celoten spekter kulturnih dinamik, ki se pojavljajo v gostiteljski skupnosti. Po drugi strani pa, če preidemo s teoretske ravni na raziskovalno prakso, je treba priznati, da terensko delo, ki je omejeno le na območje gostiteljske skupnosti, dejansko pripisuje njenim članom neko pomanjkanje geografske in družbene mobilnosti, zaradi česar ne bi mogli zajeti celotnega spektra aktivnosti in stikov, ki presegajo ozko sfero, omejeno le na medsebojno delovanje gostiteljev in turistov. V tej luči niso kot »zaprti domorodci/domačini« obravnavani le člani gostiteljskih skupnosti, ampak tudi sam fenomen turizma.

Kako si potem lahko predstavljamo terensko delo, ki bi, če je le mogoče, upoštevalo celo serijo kulturnih praks in navad, ki sestavljajo fenomen turizma v vsej njegovi družbeni in geografski razširjenosti? Kako naj bi pristopili k analizi turističnega kraja, ki bi omogočila smiselno vključitev dogodkov in akterjev na vseh ravneh?

Kljub vsem očitkom glede pretiranega osredotočenja zgolj na odnos med gostiteljem in turistom, ki sem jih do sedaj navedla, ne smemo spregledati dejstva, da turizem ni abstrakten fenomen. Ravno dejstvo, da turizem temelji na osebnih odnosih med turisti in gosti in ima hkrati tudi globalne razsežnosti, predstavlja ključno težavo pri določanju pravilnega pristopa k etnografski analizi tega pojava. To pomeni, da etnografija turizma ne sme spregledati dejstva, da turizem temelji na srečanju, stiku

med gostiteljem in turistom. Brez srečanj gostiteljev in turistov v neki specifični turistični destinaciji turizem ne bi obstajal. Glavno vprašanje ob tem priznanju je, kako določiti vlogo in položaj tovrstnih srečanj v povezavi s preostalim turističnim procesom. Oziroma v kontekstu razprav o terenskem delu in prostoru: kakšno je mesto lokalnosti pri analizi globalnih procesov, kakršen je turizem?

Lokalizacijske strategije kot način snovanja identitete

Pri določanju učinkovitega pristopa k etnografski analizi Bohinja mi je bilo v veliko pomoč delo Arjuna Appadurajja o pomenu lokalnosti v globaliziranem svetu. Appadurai se kot antropolog vseskozi ukvarja z vprašanji, ki so povezana s pojavom globalizacije, zlasti s tistimi, ki obravnavajo pomen občutljivosti za kulturno različnost: kakšen je vpliv globalizacije na občutek oziroma zavest lokalnosti? Kako je oblikovan odnos med občutki lokalnosti in globalnosti? Kako bi se v kontekstu globalizacije lahko lotili vprašanja lokalnosti, lokalne kulture, lokalne identitete? Ali v svetu, ki postaja vedno intenzivneje povezan, lokalnost sploh obstaja?

Za Appadurajja vprašanje lokalnosti ne zadeva problema mere: lokalnost si lahko predstavljamo kot izkušnjo družbenih vezi in dejanj, ki oblikujejo neko lokalizirano kulturno skupnost in se v njej tudi odvijajo. V tem kontekstu Appadurai uporablja koncept sosesčine, da bi zajel prostorske in kulturne dimenzije skupnosti, na katero se nanaša vprašanje lokalnosti. V nasprotju z argumentom, ki ga navajajo številni teoretiki, češ da je lokalnost družbenega življenja v modernih družbah vseskozi oblegana, Appadurai trdi, da je bila lokalnost že po naravi vedno zelo krhek družbeni pojav, ki ga ljudje nikoli niso vzeli za samoumevnega, ampak so ga nenehno skušali na različne načine vzdrževati (Appadurai 1996: 179).

Po Appadurajjevem mnenju so antropologi v svojih etnografskih študijah vseskozi podrobno dokumentirali obrede, navade in metode vzdrževanja občutka lokalnosti, čeprav zanje prostorska ali lokalna simbolika tovrstnih dejanj ni imela posebnega pomena. Med sredstvi, s katerimi ljudje vzdržujejo svoje lokalizirane skupnosti ali sosesčine, so obredi, ki oblikujejo identiteto lokalnih subjektov in jih vključujejo v obstoječe omrežje sorodnikov, sosedov, prijateljev ali sovražnikov: obredi iniciacije, ceremonije poimenovanja, poročni obredi, obredi ob smrti. Ti obredi vnesejo občutek lokalnosti s tem, da sodelujočim ponujajo občutek pripadnosti skupnosti ter jim podeljujejo določeno vlogo znotraj družbe

oziroma sosesčine. Tako skupnost vzgaja svoje člane, ki bodo s pomočjo obredov in navad, ki določajo odnos članov sosesčine s specifično pokrajino, vzdrževali sosesčino v njeni prostorski razsežnosti. V tem kontekstu najdemo na primer obrede za določanje in varovanje meje, ki so v številnih družbah pojmovane kot nevarna območja, ter obrede, s katerimi člani skupnosti določajo imena pomembnim krajem, obrede, ki določajo način gradnje domov, način obdelovanja zemlje itd. S tovrstnimi obredi, ki jih Appadurai označi kot lokalizacijske strategije, člani določene skupnosti oblikujejo in potrjujejo občutek lokalnosti, ki ima družbene in prostorske dimenzije (Appadurai 1996: 180).

S konceptoma lokalnosti in sosesčine Appadurai združuje prostorsko dimenzijo družbene identitete z družbeno dimenzijo prostora in kraja, da bi podrobneje orisal odnos med kulturo in prostorom. Družbeno oblikovanje prostora, družbene dimenzije mapiranja in pomen prostorske dimenzije družbenega življenja so teme, ki so pred leti postale predmet temeljite analitične pozornosti raziskovalcev več strok: arhitektov, geografov, filozofov in antropologov.¹⁶ Mnogi antropologi v svojih raziskavah turizmah do neke mere uporabljajo prostorske koncepte in prostorske analitične okvire. Tako je bil Dean MacCannell v svojem vplivnem delu o turistih in turizmu eden prvih, ki je uvedel idejo, da gostitelji določajo območja v svojih skupnostih kot »ospredje« ali »ozadje«, da bi v prostorskem in družbenem smislu omejili tiste kraje, kjer se srečujejo s turisti, ter da bi zavarovali lastno intimo (MacCannell 1999). To idejo so nato antropologi razvijali naprej, zlasti tisti, ki so se osredotočali na vlogo gostiteljev in na vprašanje avtentičnosti v turizmu, saj si večina turistov predstavlja, da je tisto, kar se dogaja v »ozadju«, bolj avtentično od tistega, kar se odvija v prostoru, ki je turistom dostopen, in zato si zelo želijo dostopa do »ozadja«. Graham Dann in Tom Selwyn sta med tistimi antropologi, ki so analizirali predstavitev turističnih pokrajin v prospektih in na razglednicah pa tudi njihovo bolj splošno upo-

¹⁶ V tej monografiji se te večdisciplinarne literature ne bom neposredno lotila, saj bi to samo po sebi lahko bila tema samostojne knjige. Izbor ključnih del, ki so vplivala na moj pristop do družbenega oblikovanja pokrajin, predstavljajo naslednje monografije: Bachelard 1969; de Certeau 1984; Entrikin 1991; Harvey 1989; Lefebvre 1991; Soja 1989. Prav posebej pa želim opozoriti na dve znanstveni monografiji, ki sta ju napisali slovenski avtorici: Irena Weber, ki se v svojem delu *Ženski itinerariji: Med antropologijo potovanja in literaturo* (2003) osredotoča na antropološko analizo prakse družbenega mapiranja, ter arhitektka Ana Kučan, ki v svojem delu *Krajina kot nacionalni simbol* (1998) podrobno razpravlja o družbenih pokrajinah kot nosilcih nacionalne identitete.

rabo pri trženju turističnih destinacij (Dann 1996; Selwyn 1993). Irena Weber uporablja koncept družbenega mapiranja, da bi analizirala povezave med prostorskimi in družbenimi dimenzijami v izkušnjah žensk popotnic ter družbene reakcije s strani gostiteljskih kultur na prihod tuje ženske brez moškega spremstva. Za mapiranje in raziskovanje navad žensk in gostiteljskih kultur, ki so predmet analize, uporablja metodo mobilnega terenskega dela, kar je lahko idealna strategija za etnografijo mobilnih subjektov, kot so turisti, in za učinkovito prilagoditev tradicionalne etnografske metode (Weber 2003).

Nekateri drugi antropologi pa se osredotočajo na turistične kraje kot na sporna žarišča, kjer se različni družbeni akterji ter predstavniki institucij z različnimi ali celo kontradiktornimi predstavami o lokalnosti kosa-jo za nadzor nad tem, kako naj se določen turistični kraj predstavlja in trži ter kako naj se v takih krajih uporablja prostor (Bruner 2005; Crain 1996; Hyland 1997; Odermatt 1996; M. E. Smith 1997). Vprašanje prostorske prilagoditve turizmu je tako do neke mere navzoče v precej raziskavah o učinkih turizma, čeprav ni nujno, da so takšne analize eksplicitno postavljene v ta kontekst. Tako je lahko vprašanje dostopa turistov do svetih krajev zastavljeno v okviru oskrumbe ali podreditve religiozne ali kulturne dediščine uničujoči logiki komercializacije zaradi turizma; gradnja infrastrukture za masovni turizem v nekem kraju je lahko predstavljena kot okoljevarstveni problem in podobno. Če smo pozorni, lahko najdemo številne (tudi pozitivnejše) primere uporabe prostorskih konceptov, čeprav ni nujno, da so poudarjeni ali postavljeni v središče analize.

Raziskave, ki se lotevajo turističnih krajev kot spornih krajin, temeljijo na argumentu, ki je ključen za študij gostiteljskih skupnosti: namreč da turistični kraji oziroma turistične destinacije niso naravni, ampak družbeni pojavi, ki so sad dela številnih družbenih akterjev in več različnih dejanj. Daleč od mitičnih predstav o nedotaknjenih in prvobitnih pokrajinah, ki prevladujejo v turističnih brošurah, so celo turistični kraji v naravnih parkih do neke mere družbeno določeni. Oblikovanje turističnih krajev predstavlja veliko truda, v družbenem in prostorskem smislu, in zahteva stalne posege, da bi turistična krajina obdržala, posodobila, potrdila ali prilagodila svojo podobo.

Na podoben način Appadurai v svojih razpravah prizna dejstvo, da je za gradnjo neke soseščine kakor tudi za občutek lokalne pripadnosti potrebno veliko napora in družbene moči. Trdi celo, da gradnja soseščine v prostorskem in družbenem smislu pomeni trenutek zavestne kolonizacije fizičnega prostora s pomočjo lokalizacijskih strategij, trenutek izvajanja družbene moči nad pokrajino. To izvajanje moči postaja s ča-

som nekaj ritualnega, samoumevnega, celo naravnega; izvajanje moči se lahko dogaja nad morebitnim sovražnim naravnim okoljem ali celo nad drugimi sosesčinami (Appadurai 1996: 183).

Ta zadnja postavka se nanaša na najpomembnejšo točko Appadurajevega dela o lokalnosti. Poleg poudarjanja neizbežno pomembne prostorske dimenzije družbenega življenja, ki je argument za številne družbene geografe (kot je npr. Edward Soja), je Appadurai razvil način, kako v koncept lokalnosti vključiti tudi razumevanje globalnega (Soja 1989). Ob razvoju argumenta, da je vprašanje lokalnosti v svojem bistvu fenomen, ki zadeva razmerja oziroma odnose, Appadurai predstavlja tezo, da so sosesčine lokalne narave ne le zato, ker poosebljajo občutek identitete skupnosti in njene pripadnosti določenemu prostoru, temveč tudi zato, ker se vedno definirajo v odnosu do nečesa drugega, nečesa drugačnega, kar obstaja onstran meja sosesčine. Appadurai v svojih argumentih, ki spominjajo na delo Fredrika Bartha o razvoju etnične identitete in o ohranjanju mej, utemeljuje, da sosesčine predstavljajo družbeni kontekst za svoje člane, poleg tega pa tudi same potrebujejo družbene kontekste, v nasprotju s katerimi se gradijo, potrjujejo in ohranjajo (Appadurai 1996: 184; Barth 1969). V tem pogledu se družbena praksa razvoja sosesčin in občutka lokalnosti ne konča z mejami same sosesčine, ampak vključuje tudi predstavo in gradnjo družbene pokrajine onstran ločnice lokalnosti – občutek globalnosti.

Na ta način Appadurai ponuja dinamični analitični okvir za določanje in vzdrževanje lokalnosti, ki je lahko umeščena v zgodovinski in prostorski kontekst. Člani neke sosesčine nenehno uporabljajo številne lokalizacijske strategije z namenom, da bi obdržali in potrdili občutek lastne lokalne pripadnosti pri sprejemanju spreminjajoče se pokrajine in drugih sosesčin onstran meja njihove sosesčine. Tako je njihov občutek lokalnosti neizbežno vezan na občutke in predstave o širšem kontekstu, v katerega je umeščena njihova sosesčina; sčasoma pa se obredi, navade in prakse, s katerimi ohranjajo občutek lokalne pripadnosti, prilagodijo spremembam v predstavah o svetu, ki obstaja onstran meja lokalnosti (Appadurai 1996: 185). Takšno razumevanje lokalnosti umešča družbene akterje v kontekst, ki ima tudi globalne razsežnosti in ki predstavlja primerno podlago za raziskavo križišča med lokalnim in globalnim.

Uporaba Appadurajevega koncepta lokalnosti v analizi razvoja turističnega kraja ne bi vnaprej omejila območja terenskega dela na določeno fizično pokrajino. Namesto tega bi tak pristop – ob tem, da bi se osredotočil na družbene akterje, ki so vpleteni v procese izgrajevanja sosesčin – antropologa prisilil, da bi skušal izslediti tudi družbene meje

neke soseščine, dimenzije, ki se v primeru turističnih destinacij nujno ne ujemajo z njenimi fizičnimi razsežnostmi. In če gre za obravnavo neke turistične pokrajine, v kateri lahko pričakujemo delovanje nelo-kalnih družbenih akterjev, pomembnih za njen razvoj, ugotovimo, da je občutek lokalnosti lahko ustvarjen na več ravneh skupaj z ustrezno drugačnimi občutki, ki segajo čez meje samega turističnega kraja. Upo-raba koncepta lokalnosti v prostorskem kakor tudi v družbenem smislu je tako lahko učinkovito sredstvo za določanje terena za etnografsko raziskavo turističnih krajev.

Koncept lokalnosti kot osnova za določanje strategije terenskega de-la bi temeljil na predpostavki, da ni mogoče vnaprej določiti družbene meje turistične krajine niti meje samega terenskega dela. Namesto tega bi takšna strategija kot kriterij za določanje dimenzij terenskega dela upo-števala dejanja vseh tistih, ki se v določenem kraju ukvarjajo s turizmom. To pomeni, da bi se prostorske meje terenskega dela prilagajale specifikki kraja in ključnim vprašanjem, ki bi bila predmet raziskave.

V pričujoči etnografski analizi, ki obravnava ustvarjanje in razvoj Bohinja kot turističnega kraja, metoda terenskega dela temelji na zasta-vljanju številnih etnografskih vprašanj, na katera bomo odgovorili v na-slednjem poglavju. Kakšne so dimenzije družbenega zemljevida Bohinja kot turistične krajine in katere so njegove glavne znamenitosti? Kdo so tisti družbeni akterji, ki ustvarjajo, razvijajo in prilagajajo bohinjsko turi-stično pokrajino? Kako si ti akterji predstavljajo širši kontekst, v razmerju do katerega se ustvarja lokalnost Bohinja, zlasti v smislu turizma? Kakšni so medsebojni odnosi različnih skupin družbenih akterjev, od katerih ima vsaka svoje vizije in ambicije za Bohinj kot turistično destinacijo? S kakšnimi kulturnimi dejanji oziroma mehanizmi za reševanje more-bitnih konfliktov ali nesoglasij razpolagajo? Kakšne vizije o globalnosti vzbujajo s svojimi predstavami o položaju Bohinja s svetu, zlasti v svetu turizma? Kako te različne vizije vplivajo na način odzivanja prebivalcev Bohinja na razvoj turizma nasploh in zlasti na oblike turizma, ki obstajajo in se razvijajo v njihovem kraju? Glede na kakšne družbeno uveljavljene kriterije se ocenjuje vloga turizma v Bohinju? Koliko Bohinjci sodelujejo pri določanju oblike turizma, ki se razvija, in pri določanju podobe o Bohinju – njihove identitete, s katero se Bohinj predstavlja v svetu, tudi v svetu turizma?

Zgodovina kulturne krajine Bohinja

Preden v naslednjih poglavjih odgovorimo na ta vprašanja, bomo v zadnjem delu tega poglavja na kratko predstavili temeljne orise bohinjske turistične krajine. Zaradi prepoznavnosti Bohinja med Slovenci tu ne nameravam temeljito opisovati bohinjske fizične pokrajine in splošne zgodovine kraja. Predstavila pa bom kratko zgodovino turizma v Bohinju, pri čemer bom omenila glavne dogodke, ki so jo zaznamovali, dogodke, ki so za Bohince družbeno pomembni in ki jih je ob obravnavi vprašanja turizma in razvoja v Bohinju treba imeti pred očmi.

Skoraj vsi moji sogovorniki in vsi pisni viri o zgodovini turizma v Bohinju kot ključni dogodek za bohinjski turizem navajajo gradnjo železnice in železniškega predora pri Bohinjski Bistrici, ki je bil končan leta 1906. Železnica je s svojim predorom Bohinj povezala s Primorsko. Nudila je hitro povezavo z Jesenicami in s Trstom, skupaj s končano karavanaško progo pa tudi s Celovcem in Beljakom, posredno tudi z Dunajem. To je pomenilo, da je Bohinj postal prvič dobro povezan z ostalo avstro-ogrsko monarhijo. Pred izgradnjo železniške povezave je bil namreč zaradi slabih cestnih povezav sorazmerno odmaknjen od drugih krajev. Tovorni poti po Bači in skozi Sotesko sta bili edini povezavi s svetom in po njih so lahko Bohinci trgovali s svojimi izdelki. Železnica jim je tako omogočila dostop do severne Italije, kar je predstavljalo tudi veliko gospodarsko priložnost. Bohinjci so takrat znatno povečali prodajo lesa, lesnih izdelkov ter mleka in mlečnih izdelkov Italijanom. In, kar je bilo za turizem pomembno, z železnico ni bil le svet dostopen Bohinjcem, temveč je tudi Bohinj postal dostopen svetu; z železnico je postal Bohinj – znan po svojih naravnih lepotah – množično obiskan. Prvi val turistov po odprtju železnice je prišel prav iz severne Italije. Večina turistov, ki je Bohinj obiskovala pred prvo svetovno vojno, je prihajala s tržaškega in goriškega območja.¹⁷

Vendar se je turizem v Bohinju začel razvijati že v drugi polovici 19. stoletja, čeprav ne množično. V resnici korenine turizma v Bohinju večinoma sovpadajo z zgodovino alpskega planinstva. Leta 1872 je Ivan Žan, kaplan iz Srednje vasi, ustanovil društvo Triglavski prijatelji z namenom, da bi bili v oporo rastočemu valu ljudi, ki so prihajali v Bohinj na planinske izlete in daljše ekskurzije. Društvo naj bi spodbujalo planinstvo, organiziralo izlete v gore, sestavljalo in izdajalo vodnike po gorah ter zemljevide in drugo informativno gradivo za morebitne

¹⁷ Več o zgodovini železnice v Bohinju v naslednjih virih: Budkovič 2004; Mohorič 1968; Pleterški 1987.

obiskovalce, ki bi se zanimali za planinstvo. Prevezelo je tudi skrb za gorske poti in razgledne točke ter tudi za gradnjo planinskih koč ter izobraževanje gorskih vodnikov. Mnogo strokovnjakov trdi, da lahko društvo Triglavskih prijateljev štejemo za prvo turistično organizacijo, ustanovljeno v Bohinju.¹⁸

Naravne lepote Bohinja in zlasti bohinjske gore so že prej privabljale veliko znanih Slovencev, ki so prispevali k ustvarjanju pomembnega položaja Bohinja v slovenskem narodnem prostoru. Humanist Žiga Zois, ki je bil v drugi polovici 18. stoletja tudi lastnik številnih fužin v Bohinju, je sestavil bogato mineraloško zbirko. Valentin Vodnik je v tistem času na Koprivniku deloval kot kaplan: s svojih izletov v gore je Zoisu prinašal nove primerke in mu tako pomagal širiti zbirko. Zois je osebno podpiral prvi vzpon na Triglav leta 1778 in sama odprava je bila izraz močnega humanističnega duha, ki je zaznamoval tisto obdobje. Tudi Žigov brat Karel je bil močno povezan z Bohinjem; zanimal se je zlasti za bogato planinsko floro. Zgradil si je majhno koč v planinah, ki je bila ena od prvih zavetišč za takrat še redke obiskovalce, ki so želeli sami izkusiti naravne lepote Alp (Novak 1987: 178). V tem kontekstu ne smemo spregledati tudi pomembnega umetniškega dela, ki je Bohinju določilo trajen prostor v narodni zavesti, Prešernove epske pesnitve *Krst pri Savici*.

Skoraj sto let po ustanovitvi društva Triglavskih prijateljev je povezava med turizmom in planinstvom postala tako močna, da je beseda turist pomenila plezalca ali planinca prav tako kot popotnika. Takrat se je znatno število prebivalcev Bohinja zaposlilo v turizmu kot gorski vodniki, čeprav le pod okriljem nemško-avstrijskega društva, vse dokler leta 1893 ni bilo Slovensko planinsko društvo uradno priznано. Ti gorski vodniki so tudi odkrivali in gradili nove planinske poti ter sodelovali pri gradnji planinskih koč (Novak 1987: 180).

Poleg ustanovitve društva Triglavskih prijateljev leta 1872 in kasneje Slovenskega planinskega društva mnogi zgodovinski viri opozarjajo na delovanje neke neformalne turistične organizacije od leta 1896 dalje, kar bi lahko pomenilo, da je pomemben del Bohinjcev pozitivno reagiral na prihod vedno večjega števila obiskovalcev. Dejansko so bile te osnovne turistične organizacije ustanovljene na lokalni ravni, preden so na regionalni ustanovili uradne slovenske turistične organizacije: Deželna zveza za pospeševanje tujskega prometa na Kranjskem je bila ustanovljena šele leta 1905 in med ustanovnimi člani lahko najdemo tudi številne Bohinjce

¹⁸ Več o zgodovini turizma ter o zgodovini planinstva v: Novak 1987; Stroj in 1978.

(Novak 1987: 180). Celo pred izgradnjo železnice je Kranjska industrijska družba leta 1887 v Bohinju zgradila prvi hotel z imenom *Touristen Hotel*, ki se je kasneje preimenoval v *Hotel St. Johann* (ali Hotel sv. Janeza) (Budkovič 2004: 120). Tolikšna naložba investitorjev, ki niso bili lokalni v ožjem pomenu besede, kaže, da je moral turizem predstavljati perspektivo za to območje že takrat, še pred odprtjem železnice in predora, katerega gradnja se je začela šele leta 1900 (Budkovič 2004: 53).

Priložnosti, ki jih je gradnja železnice ponudila Bohinju, vključno z možnostmi, ki jih je predstavljal prihod obiskovalcev v večjem številu kot kdaj koli prej, lahko bolje ocenimo v luči ekonomskega položaja Bohinjcev ob koncu 19. stoletja. Od železne dobe dalje se je življenje v Bohinju vrtelo okrog predelovanje železa. Na podlagi arheoloških najdb sklepamo, da prva naselja izvirajo iz 7. stoletja pred Kristusom; kosi z železom bogate žlindre, ki tudi datirajo iz istega časa, pa kažejo, da je ravno železo bilo vzrok za nastanek naselij v Bohinju. Ta prva naselja so delovala in se razvijala do 4. stoletja: v tistem času je Bohinj spadal v rimsko provinco Norik, ki je delil usodo z drugim rimskim imperijem ob propadu leta 476. Ivo Cundrič je v svojem delu *Pozabljeno bohinjsko zlato* arheološke najdbe povezal s svojimi reprodukcijami antičnih metalurških postopkov, da bi orisal, kako sta se zgodovina Bohinja in železarstva prepletali 2000 let (Cundrič 2002).¹⁹ S kompiliranjem arheoloških ugotovitev, osredotočenih na predrimsko in rimsko obdobje v Bohinju, je Cundrič predstavil Bohinj kot skupnost, ki je imela močne gospodarske in družbene povezave s svetom. V Bohinju je zagotovo treba iskati enega izmed razlogov, zakaj je bilo v pozni rimski dobi jeklo iz noriške province tako visoko cenjeno: Cundrič citira rimskega pesnika Ovidija, ki je nekje zapisal, da je najtrše železo skovano v noriških ognjih (Cundrič 2002: 14).

Od padca rimskega imperija pa do ustanovitve fevdalne vladavine Frankov v 10. in 11. stoletju je v Bohinju predelovanje železa močno ostalo. Vendar arheološke najdbe dokazujejo, da se je v naseljih, ki so obstajala v fevdalni dobi, začela druga doba bohinjskega železarstva. To je pomenilo ožvitev skoraj pozabljenih postopkov: v 11. stoletju so zgradili prvo fužino v kraju Mošenac, drugo pa v 14. stoletju ob Mostnici v Stari Fužini.

Razvoj v tehnologiji železarstva v Bohinju je z gradnjo modernizirane fužine blizu Bohinjske Bistrice v začetku 16. stoletja odseval podobne spremembe, kot so se tedaj dogajale po Evropi. To je tudi naznanjalo za-

¹⁹ Več o prazgodovini Bohinja lahko najdemo v: Gabrovec 1987; Mohorič 1969; Meterc 1989; Rjazencev 1960.

četek bolj dinamičnega in uspešnega obdobja v Bohinju, ko so po vsem območju ustanavljali številne fužine širili naselja. Čeprav so fužine in železarstvo skozi stoletja izkusili serijo bolj ali manj uspešnih obdobj, se je železarstvo v Bohinju razvijalo do 7. oktobra 1890, ko je pogorela fužina pri Bohinjski Bistrici: to je pomenilo nenaden konec tisočletne neprekinjene tradicije železarstva v Bohinju.

Leta med požarom v bistriški fužini in gradnjo bohinjkega tunela so za Bohinjce pomenila obdobje krize. Železarstvo je bilo skozi tisočletja osrednji element življenja v Bohinju, kar so arheologi ugotovili s pomočjo sledi, ki jih je ta dejavnost pustila v sami pokrajini. Železarstvo je bilo tudi eden glavnih dejavnikov pri določanju kulturne krajine v Bohinju: za domačine je bilo glavni vir preživetja in hkrati poglobitveni razlog za prihod priseljencev, saj jim je nudilo vir preživetja. Poleg tega je bilo železarstvo velikokrat tudi temelj za povezave, ki so jih Bohinjci navezali s svetom. Potreba po bohinjškem železu in jeklu je pogojevala umestitev Bohinja na eno izmed glavnih poti med Oglejem in Celovcem od antičnih časov dalje (Cundrič 2002: 73). Čeprav Bohinj v modernem kontekstu velja za nedostopen alpski kraj, je bil zaradi železarstva znan že v času rimskega imperija, ko so bile komunikacijske in prometne zveze bistveno manj razvite. Kljub vzponom in padcem imperijev in monarhij iz stoletja v stoletja je železarstvo ljudem omogočalo življenje v Bohinju vse do leta 1890. Zaradi tega je konec železarstva učinkoval na Bohinj na več ravneh; bil je tudi glavni razlog za preselitev ljudi, ki so se ukvarjali z železarstvom, iz Bohinja na Jesenice, ki so po letu 1890 postale osrednji železarski kraj v regiji.

Na podlagi tega lahko ocenimo, kako je gradnja tunela, ki je Bohinj vključila v omrežje železnic in povezala s celotno avstro-ogrsko monarhijo, omogočila temeljito prestrukturiranje ekonomske in kulturne krajine Bohinja. Kot je bilo že omenjeno, je železnica izboljšala ekonomski položaj Bohinjcev, ker je omogočila širitev tržišč, na katerih so prodajali blago, ki je po koncu železarstva postalo bistveno pomembnejše: les in lesne izdelke ter mleko in mlečne izdelke. Predelava lesa je še vedno ena izmed glavnih ekonomskih dejavnosti v Bohinju, ki zaposluje skoraj tretjino delovne sile (Razvojna strategija občine Bohinj 2004: 6–7). Podružnica tovarne LIP Bled je največje bohinjsko podjetje.

Ob kratkem orisu zgodovine in pomena železarstva za Bohinj lahko boljše razumemo pomen priložnosti, ki jo je za kraj predstavljala gradnja železnice v začetku 20. stoletja – turizem. Bolje lahko razumemo tudi, zakaj so se nekateri člani oziroma skupine iz bohinjke skupnosti aktivno udeleževali v takratnih organizacijah za pospeševanje razvoja turizma v

Bohinju. Tako je obdobje med gradnjo železnice in začetkom prve svetovne vojne bilo zelo plodno za bohinjski turizem. Leta 1907 je v Bohinju obstajalo že sedem hotelov – pet v Bohinjski Bistrici, dva ob Bohinjskem jezeru – in 23 gostiln – 7 v Bohinjski Bistrici, drugih 16 pa je bilo razpršenih po vsem bohinjskem območju. Takrat je bilo v Bohinjski Bistrici že 12 hiš, pri katerih so oddajali sobe, in še 9 takih hiš po ostalem območju (Budkovič 2004: 121). Po statističnih podatkih sodeč je bil to pravi čas za investiranje v Bohinju: leta 1906 je na območje prišlo 2350 registriranih obiskovalcev, ki so tam preživeli vsaj eno noč, leta 1907 pa se je število povečalo na 8469 (*Drugo letno poročilo Deželne zveze za privabitev tujcev za Bohinjsko Bistrico z okolico in občino Srednja vas*, DAS št. 8843, citirano v: Novak 1987: 180).

Leta 1905 je bila ustanovljena regionalna turistična organizacija, imenovana Deželna zveza za pospeševanja tujkega prometa na Kranjskem. Bila je dodatna spodbuda za razvoj turizma v Bohinju, saj je bila zelo aktivna in je tudi finančno podpirala projekte za razvoj turizma na območju Bohinja. Zveza je leta 1907 izdala album ter propagandni plakat o deželi Kranjski. Dobiček od prodaje obeh so namenili razvoju turizma v Bohinju. Leta 1908 je zveza organizirala obisk ruskih in poljskih novinarjev na Bledu in v Bohinju ter sofinancirala gradnjo sankališča v Bohinju. Izdala je tudi številne žepne vodnike o Bohinju v italijanščini in nemščini, in sicer leta 1909 *Zimski šport v Bohinju*, *Sankanje in sankališče v Bohinjski Bistrici* in leta 1910 vodnik z naslovom *Bohinj* (Budkovič 2004: 140).

Številni Bohinjci so bili aktivni člani Deželne zveze za pospeševanje tujkega prometa na Kranjskem, kar bi bil lahko tudi razlog za pozornost in podporo, ki jo je Bohinj užival s strani zveze. Vendar so tudi turistične organizacije, ustanovljene na lokalni ravni, odražale, kako velik delež domačinov je aktivno in neposredno prispeval k razvoju turizma. Poleg tistih bohinjskih organizacij, ki so že bile omenjene v tem poglavju, lahko sem štejemo tudi Društvo za privabitev tujcev za Bohinjsko Bistrico z okolico in občino Srednja vas, ki je bilo ustanovljeno leta 1907. Društvo je bilo zelo aktivno in je že v prvem letu imelo 60 članov, med katerimi je bilo veliko takih, ki so bili neposredno vpleteni v turizem: gostilničarji, lastniki vil, izvoščki, fijakarji itd. Po nekaj mesecih obstoja so izdali ilustrirani krajevni vodnik v slovenskem, italijanskem in nemškem jeziku (Novak 1987: 180). Prav tako so se sami lotili tudi videza Bohinja in ga naredili dostopnejšega obiskovalcem, s tem da so v parkih postavili klopi, naredili kažipote, posredovali pri pristojnih oblasteh, da so nasadile drevesa vzdolž nekaterih cest in na železniški postaji, popravili pa so tudi most pri Ukancu itd. Organizirali so tudi obisk angleških časnikarjev v

Bohinju ter vzdrževali stike z novinarji vseh narodnosti, da bi predstavili Bohinj kot privlačen turističen kraj (Budkovič 2004: 150).

Energijo, s katero so se domačini lotevali spodbujanja turizma, je bilo mogoče čutiti tudi na regionalni ravni. Regionalna turistična zveza je sofinancirala dva pomembna projekta, s katerima so domačini želeli pritegniti obiskovalce v svoj kraj: sankališče Belvedere ter kopališče in drsališče Danica. Z njima so Bohinjci želeli nuditi aktivnosti v poletni in zimski sezoni in čeprav so ju težko dokončali, so tako so zaokrožili ponudbo aktivnosti za turiste v vseh letnih časih.

Po mnenju zgodovinarjev ter na podlagi pripovedi mojih sogovornikov, je turizem pred prvo svetovno vojno za Bohinjce predstavljal velike možnosti na več ravneh. Nastajale so nove gostilne in hoteli, vedno večja je bil potreba po fijakarjih in gorskih vodnikih, sankališče je dajalo številne možnosti za delo – od stalnih zaposlitev do otrok, ki so jim plačevali, da so turistom nosili sani. K priložnostim, ki jih je v Bohinj prinesel turizem, bi lahko šteli tudi večji promet, ki so ga imeli lastniki trgovin, kot je bil denimo Gašper Budkovič. Njegov vnuk, Tomaž Budkovič, je njegove življenjske izkušnje zapisal v delu *Vzpon Bohinja pred zatonom Avstro-Ogrske*. Na podlagi arhivskega gradiva in zapuščine starega očeta je Tomaž Budkovič orisal podobe vsakdanjega življenja v Bohinju. Opisal je tudi ključne razvojne dogodke, ki jih je njegov stari oče doživel od gradnje bohinjskega predora do začetka prve svetovne vojne (Budkovič 2004: 150).

V času pred prvo svetovno vojno je bilo v Bohinju narejenih kar nekaj ukrepov in izboljšav, ki so pripomogli k razvoju turizma. Bohinjci so s pomočjo regionalne turistične zveze uspešno zaprosili za posebne vlake, ki so ob nedeljah in praznikih vozili med Trstom in Bohinjem. Ministrstvo za javna dela z Dunaja je prispevalo finančna sredstva za pomoč pri saniranju poti, ki so omogočale dostop do določenih turističnih znamenitosti, vključno s potjo do slapa Savice. Nadalje so leta 1911 vpeljali tudi avtobusno progo, ki je vodila od železniške postaje do Bohinjskega jezera (Budkovič 2004: 166).

Prva svetovna vojna je nepričakovano napravila konec prvim izkušnjam množičnega turizma v Bohinju, saj je ta kraj postal dobesedno del vojne fronte, ko je Italija maja 1915 napovedala vojno avstro-ogrski monarhiji. Življenje v Bohinju se je tedaj podredilo potrebam vojske. Celotno območje zahodno od mesta, kjer sedaj stoji Hotel Jezero, je bilo nedostopno civilistom, ki se niso smeli prosto gibati po drugih območjih Bohinja. Ekonomsko gledano Bohinjci zaradi odsotnosti turizma niso preveč trpeli, saj so vojaki kot stranke nadomestili turiste. Vzdrževanje

bojne fronte v gorah je bilo zelo zahtevno in vsak vojak na fronti je za zagotavljanje sredstev za preživetje v gorah potreboval podporo treh oseb v dolini (Budkovič 1987: 187).²⁰

Obstajajo redki pisni viri, ki opisujejo razvoj turizma med obema vojnama, vendar sem v pogovorih z domačini, ki so živeli v času obeh vojn, spoznala, da je prva svetovna vojna usodno zaznamovala skupnost. Veliko družin je zgubilo može, očete in sinove, bodisi na ruski ali soški fronti bodisi na Tirolskem. Razen tega tudi druge posledice vojne niso pozitivno vplivale na perspektivo turizma, zlasti zato, ker je bila ob ustanovitvi Kraljevine Slovencev, Hrvatov in Srbov določena nova meja z Italijo, s katero je bil Bohinj odrezan od Trsta in Gorice, od koder je izviral večina predvojnih turistov. Kar veliko časa je moralo preteči, preden se je razvoj turizma v Bohinju prilagodil novim razmeram, ki so nastale po vojni.

Turizem, ki je nastal v obdobju med obema vojnama, je imel drugačno podobo. Ena izmed glavnih razlik v primerjavi s turizmom pred vojno je bila, da se je center turistične aktivnosti preselil iz Bohinjske Bistrice, kjer so imeli pred vojno na razpolago skoraj 400 hotelskih postelj, neposredno ob Bohinjsko jezero. Morebitne aktivnosti ob jezeru so dobile nov pomen kot turistične atrakcije, kar je predstavljalo spremembo glede na stanje pred vojno, ko so se turistične aktivnosti organizirale predvsem okrog Bohinjske Bistrice, kjer sta bila tudi sankališče in kopališče. Prihod turistov k obali jezera je prinesel priložnost za udejstvovanje v turizmu tudi za druge člane skupnosti, zlasti tiste, ki so živeli v neposredni bližini jezera. Mnogi moji sogovorniki iz vasi in naselij blizu jezera so mi pravili, da so se njihovi starši vključili v turizem po prvi svetovni vojni. Nekatere družine so poleti strankam oddajale svoj lasten dom, tako da so v tistem času vsi njeni člani živeli skupaj v le eni sobi ali celo kje drugje, da bi tako zaslužili dodaten prihodek. Najverjetneje je preselitev centra turistične aktivnosti k jezeru bila eden izmed razlogov za ustanovitev novih turističnih organizacij na lokalni ravni, vključno s Prometnim in olepševalnim društvom za notranji Bohinj, Sv. Janezom ob Bohinjskem jezeru leta 1925, podružnico Slovenskega planinskega društva v Srednji vasi leta 1931 in Smučarskim klubom Bohinj leta 1929 (Novak 1987: 182).

Druga značilnost bohinjskega turizma po prvi svetovni vojni je povezana z ustanovitvijo Smučarskega kluba Bohinj in z rastočim zanimanjem za smučanje kot šport in turistično aktivnost. Pred prvo svetovno vojno smučanje ni bil glavni šport, ki je privlačil turiste v Bohinj,

²⁰ Več o zgodovini Bohinja med prvo svetovno vojno v: Budkovič 1999.

je zanimanje zanj počasi raslo, o čemer pričuje odločitev domačinov, da ustanovijo klub, posvečen smučanju. Ta lokalni klub je bil povezan tudi z Alpinističnim klubom Skala v Ljubljani, ki se je zavzemal za promocijo zimskih športov nasploh in tudi kot turističnih aktivnosti. Smučarski klub Bohinj je prirejal smučarske tekme, nudil smučarske tečaje in tudi organiziral smučarske ture. Nekateri aktivnejši člani kluba so prispevali k popravilu majhne smučarske skakalnice v Bohinjski Bistrici, v dvajsetih letih pa so zgradili tudi novo, 50-metrsko skakalnico blizu Polja in prispevali h gradnji smučarskih koč na Voglu in na Komni. Tako se je razvil Bohinj kot eden glavnih zimskih turističnih krajev na celotnem območju (Novak 1987: 182).

Druga glavna razlika, ki so jo moji sogovorniki opazili med turizmom pred vojno in turizmom po njej, je bila sestava tujih gostov, ki so večinoma prihajali iz različnih krajev jugoslovanske monarhije. Bohinj je postal zaželen turistični kraj denimo za bogate zagrebške družine. Celo kraljeva družina Karađorđević je prihajala v Bohinj, kjer je bila nastanjena v svoji vili. Eden izmed mojih sogovornikov je turizem v tistem času označil kot turizem graščakov, bogatih družin, ki so imele v lasti vile v Bohinju ali pa so jih najemale, in so tako v Bohinju ostajale od 10 do 30 dni. Ti turisti so uživali ob jezeru, v miru ter ob naravnih lepotah kraja. Premožnejših obiskovalcev ter turistov nasploh je moralo biti veliko, saj so med obema vojnama, v tridesetih letih zgradili še dva nova hotela, in to kljub temu, da je bil sicer ta čas zaznamovan z ekonomskim upadanjem.

Kot v obdobju pred vojno so domačini našli različne načine za udeleževanje v turistični praksi na tem območju: obiskovalcem so oddajali sobe, zaposlovali so se v hotelih, prevažali turiste, delali kot gorski vodniki, smučarski vodniki ali nosači. Na podlagi pisnih virov in opravljenih pogovorov bi bilo mogoče trditi, da je večina članov turistične skupnosti dobro sprejela приход turizma in njegov razvoj. Nekateri so ob primerjavi z današnjim turizmom celo nostalgичno obujali spomine na vrsto turizma, ki je zaživel v tistih časih, zlasti na čas pred prvo svetovno vojno, ki je moral biti za Bohinj in za Bohinjce zelo razburljivo obdobje.

Začetek druge svetovne vojne je zopet ustavil razvoj turizma in preprečil nadaljnji ekonomski in družbeni razvoj Bohinja nasploh. Vojna in zlasti okupacija s strani tujih sil sta Bohinju povzročili izjemno škodo, tako v smislu izgube človeških življenj kakor tudi v smislu gmotne škode, ki so jo povzročile vse strani. Poleg tega je med vojno pogorela tudi Srednja vas: do tal je zgorelo okoli 70 hiš, nepoškodovanih je ostalo le kakšnih deset do petnajst. Obdobje tik po vojni je bilo posvečeno obnovi skupno-

sti na več ravneh. Od turističnih objektov je v Bohinjski Bistrici po vojni – sodeč po virih – ostala samo ena gostilna; Hotel sv. Janez ob jezeru je bil uničen, drugi hoteli pa so bili hudo poškodovani (Markelj 1996: 13).

Glede na pičle razpoložljive vire in na pogovore z malo sogovorniki, ki so se tik po vojni ukvarjali s turizmom, je težko dobiti jasno sliko o stanju turizma v Bohinju v prvih desetih, petnajstih povojnih letih. Leta 1948 so bili nacionalizirani vsi hoteli. Vendar je na podlagi razpoložljivih virov videti, da je bilo v preostanku štiridesetih in v večjem delu petdesetih let 20. stoletja turistični infrastrukturi posvečene bolj malo pozornosti. Po mnenju mojih sogovornikov je bil razvoj Bohinja v tistem času usmerjen predvsem v nadgradnjo obstoječih krajevnih industrijskih možnosti, zlasti lesne industrije in metalurgije. Šele v poznih petdesetih in v šestdesetih letih so posvetili več pozornosti turizmu kot morebitni dobičkonosni dejavnosti. Hotele so popravili in prenovili ter zgradili tudi nove, kot na primer Ski hotel Vogel, ki je bil dokončan leta 1966. Domačini so obudili tudi nekatere turistične organizacije in Turistično društvo Bohinj je postalo ena izmed glavnih lokalnih institucij, ki je spodbujala razvoj turizma in še sedaj nadaljuje s svojim delom. Med oživljenimi turističnimi organizacijami najdemo tudi Sankaški klub, ki si je prizadeval obuditi zanimanje za sankanje, eno izmed glavnih zimskih dejavnosti pred vojno. Nadalje so s pomočjo Turističnega društva oživili nekatere festivale, denimo Kravji bal in Kmečko ohcet, ter jih priredili za turiste. Ti festivali so se obdržali do današnjih dni in so še vedno glavni folklorni dogodki, ki zaznamujejo poletno turistično sezono.

Sedemdeseta leta prejšnjega stoletja pa predstavljajo eno izmed najuspešnejših obdobji za Bohinjski turizem. Takrat je prihajalo vedno več tujih gostov, za pet do sedem dni, večinoma v skupinah, ki so jih vodile mednarodne turistične agencije. Vedno več gostov je prihajalo tudi iz drugih jugoslovanskih republik. Sogovorniki so mi razlagali, da se je v sedemdesetih letih v Bohinju začel tudi sindikalni turizem: večdnevne ekskurzije, ki so jih za svoje zaposlene organizirala družbena podjetja. Mnogo sogovornikov je bilo veselih razvoja sindikalnega turizma zaradi števila gostov, ki so po tej poti prišli v Bohinj, in zaradi zanesljivosti, ki jo je sindikalni turizem predstavljal za tiste, ki so bili od turizma finančno odvisni. Nadalje so na organizirane izlete v Bohinj prihajale tudi skupine šolskih otrok iz drugih jugoslovanskih republik. Neki moj sogovornik se je spominjal let, ko so imeli v zasebnih sobah po vsem Bohinju nastanjenih po 500 otrok. V sedemdesetih letih so nadaljevali tudi z razvojem turistične infrastrukture: leta 1974 so dokončali prvo fazo gradnje zimskega središča na Kobli, vključno z žičnico (Markelj 1996: 20–24), kar je

tudi pripomoglo k izboljšanju perspektive za turizem v okolici Bohinjske Bistrice.

Večina mojih sogovornikov je stanje turizma v sedemdesetih in osemdesetih letih opisala v pozitivni luči: tok turistov, ki so prihajali v skupinah iz Slovenije in iz drugih jugoslovanskih republik v okviru sindikalnega turizma ali drugih oblik organiziranega turizma, je bil stalen. Takrat je tudi delovalo zdravilišče za pljučne bolnike, ki so v Bohinj prihajali iz vse Jugoslavije. Ta leta predstavljajo prvo obdobje po drugi svetovni vojni, v katerem se je stanje turizma v Bohinju ne le stabiliziralo, temveč se je začelo postopno tudi razvijati. Sedemdeseta leta so bila tudi čas, naklonjen ljudem, ki so se odločili, da se bodo sami vključili v turistično industrijo. Tako se je veliko ljudi, ki še sedaj oddajajo sobe, takrat odločilo za turizem, saj so imeli na razpolago ugodne kredite, s katerimi so financirali prenovo in povečanje svojih hiš, da so tako lahko zgradili dodatne sobe za oddajanje ali celo nove penzione.

V tem obdobju so izvajali tudi projekte, s katerimi so dopolnjevali osnovno turistično infrastrukturo v Bohinju in jo razvili do današnje ravni. To še ni pomeni, da po osamosvojitvi ni bilo investicij v turistično infrastrukturo v Bohinju ali da ni bilo več naklonjenosti razvoju Bohinja. Vendar sta po mnenju mojih sogovornikov tisti dve desetletji predstavljali dokončno prenovo Bohinja kot turističnega kraja in tudi najboljše povojno obdobje za razvoj turizma.

Osamosvojitvena vojna, ki obeležuje tudi začetek slovenske tranzicije iz komunizma, je zadnji pomemben dogodek v zgodovini bohinjskega turizma. Vojna, ki je kasneje počasi zajela druge jugoslovanske republike, je pomenila tudi trajno ločitev iz okvira nekdanje Jugoslavije, kar je tudi vplivalo na razvoj turizma po vsej Sloveniji in seveda tudi v Bohinju. Družbeni akterji, ki so vpleteni v bohinjski turizem, pomen te spremembe sicer interpretirajo na različne načine. Glede na to, da so različne ocene poosamosvojitvenega obdobja zelo povezane z ocenami sedanjega stanja v turizmu, se bom k vprašanju razvoja turizma po letu 1991 vrnila na drugačen način v naslednjih poglavjih.

Očitno je, da je bilo povojnemu obdobju bohinjskega turizma v tem poglavju namenjenih manj strani kot obdobju pred drugo svetovno vojno. Vendar namen zadnjega dela poglavja ni bil predstaviti dopolnjeno zgodovino turizma v Bohinju, ampak orisati zgodovinsko krajino turizma, ki bi bralcu dala občutek za ključne dogodke in trenutke, ki so zaznamovali zgodovino turizma v Bohinju in ki predstavljajo referenčno ogrodje, na katerega se opirajo vsi turistični akterji, ko govorijo o turizmu in opisujejo določena obdobja ali določene organizacije, dogodke itd. Namen te

predstavitve zgodovine turizma je izpolniti obrise bohinjske turistične krajine skozi čas, kako je turizem nastajal, kdaj so izvedli določene projekte, kako in zakaj so nastale določene organizacije ali značilnosti turistične prakse v Bohinju, kateri dogodki, ki zaznamujejo razvoj turizma, so bili pomembni za domačine itd.

Ta neuravnoteženost pri obravnavi nedavne zgodovine turizma pa je tudi posledica pomanjkanja pisnih zgodovinskih virov, ki obravnavajo razvoj turizma v tem času. Glavni razlog za to je dejstvo, da je večina tistih, ki se sedaj ukvarjajo s turizmom, iz prve roke izkusila zgodovino turizma v povojnem obdobju. Razvoj turizma pred drugo svetovno vojno lahko predstavlja širši družbeni in zgodovinski kontekst za sedanjo realnost turizma. Vendar so predstave in interpretacije nedavne zgodovine Bohinja še dokaj neustaljene, saj ljudje to obdobje interpretirajo tudi na podlagi lastnih izkušenj. Čeprav seveda obstajajo nesporna zgodovinska dejstva, kakor denimo datum zaključka gradnje Ski hotela Vogel in zimskega športnega središča Kobla, se interpretacije tovrstnih dejstev zelo razlikujejo med seboj in so tudi ključni del procesa določanja družbene identitete Bohinja, zlasti identitete Bohinja kot turističnega kraja. Tako bo nedavna zgodovina bohinjskega turizma obravnavana v luči vloge, ki jo igra pri razvoju turistične krajine Bohinja. Naslednji poglavji bosta obravnavali, kako si različne družbene skupine predstavljajo zgodovino turističnega razvoja, kako interpretirajo turistično preteklost in kako jo povezujejo z različnimi razlagami sedanjosti turizma kakor tudi z različnimi vizijami prihodnosti Bohinja.

DRUŽBENE DIMENZIJE TURISTIČNE KRAJINE BOHINJ

V tem poglavju bomo preko identifikacije glavnih družbenih akterjev, ki se ukvarjajo s turizmom – od teh, ki delujejo na lokalni ravni, do tistih, ki delujejo na višjih ravneh – očrtali sedanjo bohinjsko turistično krajino. Razgrnili bomo obširen družbeni zemljevid Bohinja kot turističnega kraja z namenom, da bi prikazali družbene dimenzije procesov, preko katerih se izvaja tamkajšnji turizem. Nadalje bo ob družbenem zemljevidu predstavljen tudi kratek opis glavnih aktivnosti, preko katerih različni družbeni ter institucionalni akterji prispevajo k izvajanju, vzdrževanju in prilagajanju Bohinja kot turističnega kraja.

Čeprav ni navada, da bi se v antropoloških monografijah statistični podatki redno pojavljali, pa vseeno predstavljajo določeno osnovno informacijo o kraju. Občina Bohinj, ki ima tudi status zaokroženega turističnega območja, obsega 24 naselij na ozemlju 344 kvadratnih kilometrov; leta 2002 so v Bohinju zabeležili 5222 prebivalcev (Razvojna strategija občine Bohinj 2004: 5). Glede na fizično razsežnost občine in relativno malo prebivalcev predstavlja Bohinj eno izmed najredkeje naseljenih občin v vsej Sloveniji. To je v veliki meri posledica tega, da občina zajema dobršen del Triglavskega narodnega parka. Bohinj je tudi ena izmed najmanj razvitih gorenjskih občin – povprečne plače so nižje od regijskega in nacionalnega povprečja. 37 % delovne sile v Bohinju je zaposlene zunaj občine (784 oseb), v Bohinj pa na delo iz drugih krajev prihaja le 100 ljudi, iz česar izhaja, da v Bohinju ni zaposlitvenih možnosti za vse, ki tam živijo (Razvojna strategija občine Bohinj 2004: 7–8).

Statistični podatki tudi kažejo, da samo okoli 15 % oseb, zaposlenih v občini Bohinj, deluje v gostinstvu, ki ga kot zaposlitveno kategorijo večkrat enačijo s turizmom. Vendar zgolj na podlagi tovrstnih podatkov ne dobimo natančne slike o družbenem pomenu turizma za kraj in o številu ljudi, ki se s turizmom ukvarjajo. Osebe, ki so polno zaposlene v petnajstih hotelih ter v restavracijah, gostilnah in kavarnah na območju Bohinja, ne predstavljajo vseh posameznikov, podjetij in institucij, ki se ukvarjajo s turizmom na lokalni ravni. Tistih petnajst hotelov vključno z depandansami predstavlja le nekaj več kot tretjino vseh prenočitvenih možnosti v Bohinju, če upoštevamo tudi avtokampe. Penzioni in soboda-

jalci imajo na razpolago več kot 2000 postelj, kar predstavlja skoraj drugi dve tretjini prenočitvenih možnosti, ki so na razpolago turistom (Jenšterle 1999: 11). Pri tem pa moramo upoštevati, da velika večina ljudi, ki oddajajo sobe, ni polno zaposlenih v turizmu ali pa so samozaposleni in tako niso upoštevani v statističnih podatkih o zaposlenih v gostinstvu. In še: obstajajo tudi druga podjetja, ki ponujajo turistične storitve, a ne spadajo v kategorijo gostinstva. Med njimi v Bohinju najdemo turistične agencije, podjetja, ki ponujajo športne storitve, lokalne kulturne institucije, kot so muzeji, turistična društva itd.

Ko sem začela s terenskim delom, moji prvi vtisi niso sovpadali s podobo turizma, ki jo prikazujejo zgoraj omenjeni statistični podatki. Predpostavke, ki sem jih imela glede Bohinja, so temeljile na osebnih izkušnjah, ki sem jih pridobila s številnimi turističnimi obiski v Bohinju in to vedno v turistični sezoni, ko je tam bilo polno obiskovalcev. Če bi svoje mnenje o Bohinju kot turističnem kraju utemeljevali le na vtisih po obiskih v juliju in avgustu, ko v Bohinju skoraj ni mogoče najti prenočišča in v kraju mrgolijo turisti, bi lahko predpostavljali, da je Bohinj uspešen turistični kraj, v katerem ljudje lahko živijo od turizma. Glede na moje tedanje izkušnje sem bila presenečena ob pogovorih, ki sem jih imela z Bohinjci, ki so vsi ponavljali, da se v Bohinju izključno s turizmom lahko preživlja le malo ljudi. To se preprosto ni ujemalo s podobo vala ljudi, ki je v višku sezone dobesedno preplaval Bohinj. Vendar sem ob spoznavanju realnosti in vsakdanjosti turizma na terenu počasi ugotavljala, na kakšen način je turizem pomemben dejavnik v življenju večine ljudi v kraju – da ne omenjam tistih, ki so tudi vpleteni v bohinjski turizem, ampak fizično niso locirani v kraju samem. Na naslednjih straneh bom opisala različne skupine družbenih akterjev, ki se vsakodnevno ukvarjajo s turizmom v Bohinju.

Bohinjski družbeni akterji

Med tistimi, ki se v Bohinju ukvarjajo s turizmom, prevladujejo taki, ki turistom oddajajo sobe ali apartmaje. Skupaj jim nudijo 1500 postelj, kar je skoraj polovica prenočitvenih kapacitet Bohinja. Ta skupina združuje zelo različne kategorije prenočišč: od sob, ki jih oddajajo na gorskih turističnih kmetijah ter v prenovljenih vaških hišah v zgornji dolini do celih hiš v neposredni bližini jezera in apartmajev. Skoraj vse sobodajalce povezuje dejstvo, da je to zanje dopolnilna dejavnost. Ko sem se pogovarjala z njimi, so se skoraj vsi strinjali, da v Bohinju ni mogoče preživeti samo z oddaja-

njem sob turistom. Številni so bili že upokojeni in so sobe oddajali za dodaten zaslužek ob pokojnini. Kmetom so turisti predstavljali dodaten vir dohodkov. Zaposleni drugje so skupaj z družino ali partnerji oddajali sobe zgolj med turistično sezono. Zopet drugi so oddajali sobe samo kot način investicije. Največ razpoložljivih sob so imele vasi v neposredni bližini jezera, zlasti Ukanc, Ribčev Laz in Stara Fužina. Manjše, gorske vasi so imele na razpolago manj sob in mnoge jih tudi niso imele navade oddajati.

Po mnenju mojih sogovornikov se je praksa oddajanja sob začela že pred prvo svetovno vojno, čeprav se je res razvila v času med obema vojnoma. Takrat so sobe oddajali tistim, ki niso bili tako premožni, da bi najeli vilo ali hotelsko sobo, ali pa tistim, ki so želeli bivati v sami lokalni skupnosti in spoznati njen način življenja. Ponavadi se je poleti vsa družina preselila v eno sobo, druge pa so oddajali, ali pa so spali na seniku in turistom oddajali celo hišo. Vendar je večina sogovornikov razlagala, da so se za oddajanje sob odločili v sedemdesetih in osemdesetih letih prejšnjega stoletja, ko je bilo mogoče dobiti ugodne kredite za gradnjo in adaptacijo hiš. Ti krediti so za veliko domačinov pomenili posebno priložnost in so se zato takrat odločili, da bi oddajali sobe kot dopolnilno dejavnost. Adaptacija in prenova hiš ter gradnja penzionov je tako sledila gradnji, prenovi in adaptaciji hotelov v šestdesetih in sedemdesetih letih. Glede na vse te posege ni presenetljivo, da so največ turistov zabeležili v sedemdesetih letih, ko je bila prenova turistične pokrajine po drugi svetovni vojni naposled končana.

Turizem je za sobodajalce ekonomska priložnost, ampak ne na pričakovani način. V resnici so se številni sogovorniki pritoževali nad stroški, povezanimi z oddajanjem sob. Sobodajalec se mora najprej registrirati kot samostojni podjetnik, kar je zapleten in drag postopek. Ne glede na višino dobička morajo vsak mesec plačati določeni davek. Če sobodajalec sam ne išče svojih strank, je treba k vsem tem stroškom prišteti še člana-rino za Turistično društvo ali kakšno drugo ustanovo z vlogo turistične agencije ter provizijo za vsako stranko. Končno je nujno upoštevati tudi stroške morebitne prenove prostorov, da bi strankam lahko nudili nastanitev na ravni, kakršno danes pričakujejo; za tovrstne posege pa ni več tako ugodnih kreditov, kakršni so bili na razpolago v sedemdesetih letih. Ti stroški ne bi bili tako pomembni, če bi imeli sobodajalci stranke skozi vse leto in ne le v obdobju visoke sezone, ko seveda ni težko oddati vseh razpoložljivih kapacitet. Zaradi višine stroškov pa se pojavlja problem, kako podaljšati turistično sezono oziroma sezono zasedenosti, da se stroški in investicije povrnejo in ustvari zadosten dobiček. Številni sogovorniki so mi razlagali, da število sobodajalcev upada ravno zato, ker zanje ta

dejavnost ni več dobičkonosna, drugi pa so pojasnjevali, da je za stabilen dobiček treba oddajati določeno minimalno število sob, spet drugi trdijo, da jim oddajanje sob omogoča nadaljevanje svojega primarnega poklica in lahko obdržijo svoj življenjski standard. To velja zlasti za kmete, ki bi težko obdržali svoje kmetije samo na podlagi dobička, ki ga ustvarjajo s prodajo živine in svojih pridelkov. V Bohinju se počasi uveljavljajo tudi številni projekti, ki konstruktivno združujejo kmetijstvo in turizem znotraj območja Triglavskega narodnega parka. Ti projekti delno temeljijo na obstoječi praksi kmetov – sobodajalcev. Nekateri sobodajalci so bili prej zaposleni v turistični industriji, bodisi po hotelih, gostilnah ali turističnih agencijah na območju Bohinja ali na Bledu; z oddajanjem sob imajo možnost, da po upokojitvi nadaljujejo z delom v turizmu, čeprav v drugačni vlogi. Nekateri upokojenci pa so se preselili v Bohinj ali se tja vrnili prav z namenom, da bi se ukvarjali s turizmom.

Celo tisti, ki se s turizmom ne ukvarjajo in tudi niso navdušeni nad razvojem turizma v Bohinju, priznajo, da ljudem, ki so se odločili za oddajanje sob, turizem nudi veliko koristi. To je tudi najbolj razširjena oblika turistične aktivnosti v Bohinju in kot taka ima velik vpliv na podobo turizma v kraju in na življenje ljudi, ki se s to dejavnostjo ukvarjajo.

Večina tistih, ki oddajajo sobe, svojim strankam ne nudi dodatnih storitev: to je razlika med tistimi, ki imajo penzione, ter onimi, ki oddajajo sobe (poleg razlike v številu postelj, ki jih imajo na razpolago lastniki penzionov in tisti, ki oddajajo posamezne sobe oziroma apartmaje). Obstajajo pa tudi sobodajalci, ki nudijo minimalne storitve, kot je zajtrk ali kava. Toda sobodajalci ali lastniki penzionov, ki se uspejo preživljati izključno s turizmom, razpolagajo s kritičnim številom sob, ki jim omogoča ustvarjati zadosti dobička, ali pa svojim strankam ponujajo dovolj širok izbor dodatnih storitev, s čimer pritegnejo kritično maso turistov kot morebitnih strank. Te dodatne storitve nudijo tudi tistim, ki pri njih niso nastanjeni, kar jim omogoča, da širijo krog morebitnih strank tudi takrat, ko so vse postelje že zasedene. Tako denimo večina penzionov razpolaga tudi z restavracijo ali gostilno. Zopet drugi nudijo drugačne dopolnilne storitve, kot so taksistična služba, organiziranje izletov, oddajanje športne opreme, dostop do interneta, savna, fitness saloni itd. Penzioni so večinoma nastajali postopoma, skozi leta, kot dodatek h kakšni drugi turistični dejavnosti, npr. restavraciji, ali kot širitev oddajanja sob.

Uspeh tistih, ki se lahko preživljajo izključno s turizmom, praviloma temelji na tem, da niso omejevali storitev, ki so jih nudili strankam ob oddajanju sob. V resnici jih zelo malo oddaja večje število sob, več je takih, za katere je oddajanje sob samo dopolnilna dejavnost. Tako lahko rečemo,

da se ne da živeti samo od oddajanja sob, čeprav se je mogoče preživljati s turizmom. Sogovorniki – lastniki penzionov so mi razlagali, da sedanji turisti ne pričakujejo samo čiste postelje, kopalnice in zajtrka. Spremembe v pričakovanih turistov povezujejo s spremembo v naravi turizma, ki ga prakticirajo turisti, ki prihajajo v Bohinj. Turisti niso več zadovoljni samo s celodnevni ležanjem ob jezeru. Današnji turisti so bistveno bolj aktivni in si med svojim dopustovanjem želijo raznolikih aktivnosti, vključno s plavanjem in sončenjem, pohodništvom, kolesarjenjem, jahanjem, smučanjem in sankanjem, gorskim plezanjem, ribolovom, lovom, opazovanjem ptic itd. Omeniti velja tudi t. i. ekstremne športe, ki jih organizirajo nekatere agencije: jadrarno padalstvo, raftanje, hydrospeed in gorsko kolesarjenje. Po mnenju mojih sogovornikov je nujno, da se tisti, ki želijo delati v turizmu, prilagodijo svojim morebitnim strankam. Velika večina jih je priznala, da to zahteva znatne finančne investicije, veliko vložene truda in časa, kljub temu pa menijo, da se investicije vseeno izplačajo.

Mnogi sogovorniki so dejali, da v turizmu niso polno zaposleni zato, ker na prihod turistov v Bohinj vpliva veliko dejavnikov, nad katerimi nimajo nobenega nadzora. Nekdo je to situacijo jedrnato opisal z naslednjimi besedami: razvoj turizma je odvisen od dveh dejavnikov, nad katerimi posamezniki nimajo nobene kontrole – od vremena in politike. Sezonska narava turizma v Bohinju in nezanesljivo vreme, ki določa dolžino turističnih sezon, sta dva izmed glavnih razlogov, ki so jih citirali sogovorniki, ko so pojasnjevali, zakaj se tako malo ljudi ukvarja izključno s turizmom. V zadnjih zimah so imeli bistveno manj snega kot v prejšnjih desetletjih. Poletja niso pretirano topla, pogosto so celo deževna – obstaja pregovor, da ima v Bohinju dež mlade – in take spremembe vplivajo na število turistov, ki prihajajo v Bohinj v eni od sezon. Zaradi tega so obdobja, na katera se lahko turistični gostitelji zanesejo, relativno kratka (konec julija in avgust, božič, novo leto) in za znatno število ljudi niso dovolj dolga, da bi jim turizem pomenil resnično ekonomsko priložnost. Neki sogovornik mi je razlagal, da mora biti njegov penzion polno zaseden sedem mesecev na leto, da mu prinaša zadosti dobička. Da mu to uspe, svojim gostom predstavlja oziroma celo sam nudi paleto različnih aktivnosti in storitev, ki privabljajo turiste v Bohinj tudi zunaj visoke turistične sezone.

Eden izmed sogovornikov je omenil politiko: gre za smernice, ki določajo delovanje turističnih institucij, vzdrževanje, obnavljanje in širitev turistične infrastrukture in preko katerih se turizem v Bohinju trži na nacionalni in mednarodni ravni. Svoje stališče o turistični politiki je nekdo izrazil na naslednji način: najprej je treba ljudi pripeljati v kraj, potem jih bom že sam privabil v svojo gostilno, v svoj penzion, v svojo kavarno itd.

Posamezniki, ki se ukvarjajo s turizmom, večinoma izražajo podobno stališče glede svojih možnosti za vplivanje na politiko turističnega razvoja, pa naj gre za razvoj osnovne infrastrukture v kraju (npr. gradnja cest in kanalizacije) ali razvoj osnovnih turističnih objektov (hotelov, smučarskih središč, kolesarskih stez in parkov) ali pa načrtovanje občinske turistične politike. Tisti izmed sobodajalcev, ki se jim je uspelo polno zaposliti v turizmu, so uspeli tudi razviti določene strategije, s katerimi privabljajo goste ne glede na stanje turistične infrastrukture in učinkovitost institucij, ki so zadolžene za trženje turizma v Bohinju, Sloveniji in po svetu.

Med najučinkovitejšimi sredstvi, ki jih v Bohinju uporabljajo posamezniki za privabljanje gostov v svoje penzione, apartmaje itd., je strategija uporaba interneta. Skoraj vsi lastniki penzionov imajo lastno spletno stran, prav tako večina sobodajalcev. Preko njihovih spletnih strani lahko morebitne stranke same rezervirajo sobe v določenem penzionu, ne da bi za to morale kontaktirati s turistično agencijo ali kakšno drugo posredovalno institucijo. Večina mojih sogovornikov mi je razlagala, da je sedaj vsaj polovica rezervacij sprejetih neposredno preko interneta.

Pozitivna lastnost interneta je, da gostiteljem omogoča vzpostaviti neposreden stik s svojimi morebitnimi gosti. Gostitelji lahko preko svojih spletnih strani tudi vplivajo na podobo, s katero se sami predstavljajo morebitnim strankam, kakor tudi na splošno podobo turističnega kraja. Na svojih spletnih straneh lahko lastniki penzionov in drugi gostitelji navajajo internetne povezave, s katerimi usmerjajo morebitne stranke do podrobnejših informacij o konkretnih aktivnostih in znamenitostih kraja, ki jih tam čakajo. Precej mojih sogovornikov je tudi pojasnjevalo, da po elektronski pošti vzdržujejo redne stike s svojimi bivšimi gosti, jim voščijo za praznike, pošljejo občasne novice o kraju in o načrtovanih aktivnostih za določeno turistično sezono. To jim omogoča, da stalnim strankam predstavljajo podobo Bohinja, ki sovпада tudi z njihovimi specifičnimi turističnimi interesi.

Druga taka strategija je širjenje palete storitev, ki jih gostitelji nudijo strankam z namenom, da bi se prilagajali spreminjajočim se željam gostov. To zajema različne prakse, od izboljšanja osnovnega udobja v sobah, ki jih oddajajo – neki sogovornik mi je razlagal, kako bo v bližnji prihodnosti dostop do interneta postal del pričakovane opreme v vsaki sobi, tako kot sta telefon in televizor – do ponudbe organiziranih izletov, ki so prilagojeni interesom gostov. Vse to poenostavlja položaj gostov, ki lahko ob tem dobijo občutek, da jih vse, kar potrebujejo, čaka na enem mestu. Če gostitelj sam ne ponuja tistih storitev, ki jih zahteva gost, pa vzdržuje redne stike z osebami ali s podjetji, ki te storitve ponujajo in lahko ugo-

dijo željam gostov. Kakršne koli izlete po Triglavskem narodnem parku je mogoče organizirati v roku enega dneva. Taki gostitelji ustvarjajo stike s kolegi in se z njimi strateško povezujejo, da bi pospešili in olajšali turistično prakso na vseh straneh. Neki sogovornik mi je pripovedoval, da tuje turistične agencije organizirajo ekskurzije s celovitim programom za svoje stranke, ki so po tem nastanjene pri njem. Razlagal je, da je velika škoda, ker se domačini ne znajo sistematično tako povezovati, da bi svojim gostom sami, brez tujega posrednika, ponujali takšne pakete aktivnosti.

Nočem namigovati, da se tisti, ki jim »uspe« delati v turizmu, in tisti, za katere je turizem samo dopolnilna dejavnost, razlikujejo po tem, da so prvi bolj delavni od drugih ali da so bolj fleksibilni in dinamični. Vsak posameznik ima svoje razloge za odločitev, koliko se želi udeleževati v turizmu. To seveda tudi pomeni, da ni nujno, da si vsak posameznik sploh želi biti zaposlen izključno v turizmu in da je polna zaposlenost s turizmom pozitivno vrednotena. Res pa je, da se tisti, ki se odločajo za polno zaposlitev v turizmu, tudi v polni meri turizmu posvetijo in uporabljajo določene strategije za ustvarjanje dobička od svoje dejavnosti. Tudi tisti, ki v turizmu niso polno zaposleni, uporabljajo tovrstne metode za izboljšanje svojega položaja. Glavni namen dosedanje predstavitve je bil opisati značilne poglede na turizem, ki jih imajo različni ljudje glede na način zaposlitve v turizmu in na svoje osebne ambicije v turizmu.

Druga skupina družbenih akterjev, ki so polno zaposleni v turizmu, so lastniki restavracij ali gostiln ter kavarn. Glede na storitve, ki jih nudijo, se lastniki gostiln soočajo z drugačnimi problemi in izzivi; na turizem so vezani tudi na drugačen način kot sobodajalci. To seveda ne pomeni, da gostilne in restavracije niso odvisne od turizma in turističnih sezon, ampak zgolj to, da je povezava s turizmom strukturirana na specifičen način.

Gostilne glede strank niso odvisne le od turizma: to je ena izmed osrednjih značilnosti njihovega položaja v turizmu. Lastniki gostiln sodijo med redke skupine ljudi, ki svoje storitve lahko nudijo tako lokalnemu prebivalstvu kakor tudi tistim, ki se uvrščajo v posebno, dvoumenno družbeno kategorijo, nekako med gostom in gostiteljem: lastnikom vikendov. Lastnike vikendov bom obravnavala kot posebno skupino, saj igrajo v Bohinju posebno vlogo, ki jo Bohinjci vidijo kot dokaj sporno. Med razlogi za dvoumen odnos domačinov do lastnikov vikendov je to, da ne prispevajo k skupnosti, čeprav tam preživijo številne konce tedna in praznike. Obstaja pa skupina ljudi v Bohinju, ki ima od prisotnosti lastnikov vikendov ekonomske koristi: lastniki gostiln in restavracij. Mnogi gostilničarji so razlagali, da so lastniki vikendov zanje pomembna skupina gostov, ki je včasih v Bohinju navzoča vse leto in ne nujno le med visoko

turistično sezono. Poleg njih tudi dnevni turisti predstavljajo pomemben delež gostov za gostilne in restavracije pa tudi tisti, ki so v Bohinju nastanjeni daljše obdobje. V gostilne in restavracije tako prihajajo bistveno bolj raznoliki gostje od tistih, ki smo jih obravnavali doslej.

To pomeni, da imajo lastniki gostiln in restavracij možnost podaljšanja obratovalne sezone. Nekaterim gostilničarjem je to uspelo tako, da so podpisali pogodbe s tujimi agencijami, ki v gostilno pripeljejo cele avtobuse turistov zunaj visokih turističnih sezon.

Tiste gostilne in restavracije, ki so zelo odvisne od dnevnih turistov, so tudi zelo odvisne od vremena, čeprav na poseben način. Po eni strani so celo bolj odvisne od dnevnih vremenskih sprememb, saj pri obsegu dnevnih obiskov vreme igra zelo pomembno vlogo. Neki moj sogovornik je trdil, da je število obiskov odvisno že od same vremenske napovedi, glede na katero se mnogi dnevni obiskovalci odločajo za izlet. Po drugi strani pa vreme igra manj pomembno vlogo za gostilne in restavracije med visoko sezono, ko je v Bohinju nastanjenih veliko ljudi: tedaj je gostov dovolj. Slabo vreme med visoko sezono je zanje lahko celo prednost, saj se ljudje, kadar vreme ni dovolj stabilno za aktivnosti na prostem, odločajo bodisi za kosilo bodisi za večerjo v gostilni oziroma restavraciji.

Ena od največjih družbenih skupin, ki je formalno polno zaposlena v turistični industriji, so zaposleni v hotelih in depandansah. Zaposleni so na vseh ravneh, od osebja v kuhinjah in gospodinjstvu do samih direktorjev hotelov. Do pred kratkim so bili skoraj vsi hoteli v lasti enega samega podjetja, Alpinum Bohinj, ustanovljenega leta 1989 iz delov podjetja Alpetour, ki je bilo ustanovljeno leta 1968. Alpetour in Alpinum sta bila ustanovljena v času komunizma z namenom, da bi se v Bohinju centralizirali upravljanje, razvoj in trženje turizma. Alpinum je vse do obdobja privatizacije imel v lasti vse hotele v Bohinju, do nedavnega pa vse hotele razen Hotela Jezero. V času moje raziskave v Bohinju se je struktura lastništva Alpinuma in tudi lastništva hotelov znatno spremenila. To je prineslo spremembe v samih hotelih, praviloma na ravni vodstva, v Bohinju pa krožijo tudi govornice, da je bilo ob teh spremembah odpuščenih veliko zaposlenih domačinov, ki so v teh hotelih delali leta in leta. Spremembe v lastništvu hotelov sem omenila zato, ker je bil Alpinum še pred kratkim eden izmed najvplivnejših institucionalnih akterjev turizma v Bohinju, saj je v praksi in razvoju turizma imel izjemno pomembno vlogo. Alpinum je tudi zaposloval največ ljudi, ki so bili formalno zaposleni v turizmu, in veliko sezonskih delavcev.

Govorila sem z mnogimi, ki so bili dolga leta zaposleni v podjetju Alpetour in kasneje v Alpinumu; v času svojega službovanja v Alpinumu

so delali dejansko v vseh hotelih, napredovali in tudi dosegli položaje v direkcijah različnih lokalnih hotelov. Ti posamezniki imajo še posebej zanimiv pogled na turizem, saj so doživeli večino sprememb, ki so zaznamovale razvoj turizma v zadnjih tridesetih letih.

Položaj ljudi, ki so polno zaposleni v hotelih, je drugačen od položaja tistih, ki so v turizmu samozaposleni. Tveganja in koristi so drugačni; po eni strani bi si lahko predstavljali, da je zaposlitev v bohinjskih hotelih stabilnejša, zanesljivejša kot delo samozaposlenih. Res je, da posameznik, zaposlen v nekem hotelu, ni ekonomsko odvisen od letnih sprememb v turizmu, od dobre ali slabe sezone, kot je od tega odvisen nekdo, ki sam oddaja sobe in apartmaje ali ima v lasti gostilno. Vendar po drugi strani tisti, ki so zaposleni v hotelih, v primeru izjemno uspešne turistične sezone niso deležni morebitnega dobička. Poleg tega spremembe v lastništvu hotelov v zadnjih letih ter prihod novih najemnikov hotelov pomeni, da dolgoročno zaposlitev v hotelih ni več tako zanesljiva kot pred nedavnim.

Tudi hoteli so po osamosvojitvi Slovenije doživeli znatne spremembe. Večina hotelov, ki so bili v lasti Alpinuma, je živela predvsem od sindikalnega turizma, ki so ga za svoje zaposlene dejansko sofinancirala podjetja iz vse Jugoslavije. Za vse te hotele je to predstavljalo zanesljiv ekonomski temelj, ki ga po osamosvojitvi ni bilo več. Zato ne preseneča dejstvo, da so bila sedemdeseta in osemdeseta leta najbolj donosno obdobje za hotele. Mnogi moji sogovorniki so tudi omenjali, da je bilo ob jezeru tudi zdravilišče za pljučne bolnike, ki so ga obiskovali bolniki iz vse Jugoslavije. Po osamosvojitvi je bilo za nadomestitev izgube jugoslovanskih trgov bolje prodirati na tuje turistični trge.

V zadnjih letih so hoteli tisti, ki imajo največjo korist od pojava, ki ga Bohinjci imenujejo avtobusni turizem. Znaten del avtobusnega turizma predstavljajo turistične skupine, ki pridejo v Bohinj samo za en dan ali za eno popoldne, nato pa nadaljujejo svoje potovanje. Druge skupine, ki v Bohinju ostanejo preko ene ali več noči, pa so nastanjene predvsem v hotelih, vsekakor veliko pogosteje kot v penzionih ali zasebnih sobah. Takšne skupine imajo v hotelih večinoma polpenzione, kar pomeni, da imajo od avtobusnih turistov znatno ekonomsko korist v glavnem samo hoteli. Zaradi tega predstavlja avtobusni turizem za večino ljudi, ki se v Bohinju ukvarja s turizmom, sporno obliko turizma. Menijo namreč, da avtobusni turisti, ki prihajajo samo za en dan v Bohinj, z ničimer ne prispevajo k razvoju kraja in da so edine, ki imajo od tega korist, turistične agencije, ki jih pripeljejo v Bohinj.

Vrnimo se k tujim turističnim agencijam, ki so bile omenjene v povezavi z avtobusnim turizmom: treba je reči, da so sedaj v Bohinju

hoteli tisti, ki imajo največ opravka s turističnimi agencijami. To še ne pomeni, da se tuje turistične agencije ne zanimajo za drugačne nastanitve kot v hotelih. Obstaja nekaj britanskih turističnih agencij, ki svojim strankam nudijo nastanitev v mnogih penzionih na območju Bohinja in imajo stike z lokalnimi turističnimi agencijami in tudi z gostilnami. Ko sem bila zadnjikrat v Bohinju, sem v bohinjskih penzionih in hotelih opazila letake neke britanske agencije. Na letakih je bil napisan urnik predstavnika agencije, kdaj se bo nahajal v vsakem konkretnem objektu, kjer so bile nastanjene stranke agencije, da bi jim bil na voljo. Obstajajo tudi turistične agencije, ki imajo poslovne stike s sobodajalci; v naših pogovorih so večkrat omenili tuje turistične agencije, ki so skušale za svoje stranke rezervirati sobe po cenah, ki bi bile znatno pod običajno ravno. To prakso je močno kritizirala večina mojih sogovornikov, ki so trdili, da je seveda potrebno privabiti čim več turistov, ampak za čim višje cene, tako da bi se tudi splačalo redno investirati v sobe, apartmaje ali penzione in jih čim bolje opremiti. Tovrstni argumenti so povezani tudi s tem, kako Bohinjci razvrščajo turiste v različne kategorije in kateri turisti so najbolj zaželeni. Vprašanje kriterijev, po katerih Bohinjci opredeljujejo turiste, bo predmet analize v naslednjem poglavju. Glede tujih turistov in turističnih agencij pa je treba pripomniti, da večina tujih turistov, nastanjenih po zasebnih sobah, apartmajih in penzionih, sama rezervira prostor neposredno po internetu ali preko Turističnega društva, ki deluje kot turistična agencija za svoje člane – sobodajalce. To pomeni, da vloga tujih turističnih agencij pri oddajanju zasebnih sob in apartmajev ni zelo vplivna.

Poleg različnih zaposlitvenih možnosti, ki so bile do sedaj omenjene, obstajajo številne druge vloge za prebivalce Bohinja ali za tiste, ki želijo prispevati k vsakdanjosti turizma. Večina takih vlog, zlasti če niso povezane z aktivnostmi v zvezi z obstoječimi lokalnimi, regionalnimi ali nacionalnimi institucijami, zadeva občasno ali sezonsko delo, ki ga ljudje opravljajo med visoko turistično sezono. Med temi aktivnostmi najdemo organiziranje različnih športnih izletov – od pohodništva, smučanja pa do raftanja in padalstva. V Bohinju obstajajo podjetja, ki se ukvarjajo samo s tovrstnimi storitvami. Druge aktivnosti so povezane s kulturnim življenjem, ki se odvija med turistično sezono, od folklornih kulturnih dogodkov, kot sta Kravji bal in Kmečka ohcet, ki sta uprizorjena med poletno sezono poleg folklornih plesnih predstav, do številnih koncertov klasične glase ter vrste gledaliških iger. Take prireditve prispevajo pomemben del h kulturni identiteti Bohinja, kot se predstavlja turistom.

V kontekstu kulture je potrebno omeniti tudi številne muzeje v Bohi-

nju, ki predstavljajo kulturne znamenitosti, ki so zanimive tudi za turiste. V Bohinju je kulturnih znamenitosti veliko: na tem mestu se bom omejila na omembo treh muzejev, ki so posvečeni pomembnim trenutkom v zgodovini Bohinja. Prvi je muzej Tomaža Godca, ki ga sestavljajo tri stalne zbirke: arheološka zbirka, ki vsebuje artefakte od kamene dobe do srednjega veka; usnjarski muzej – rekonstrukcija usnjarske obrtne delavnice, ki je nekdanj delovala v tisti hiši: to je edini usnjarski muzej v Sloveniji in prikazuje nekdanje običajne metode predelovanja oziroma strojenja kož; tretja zbirka pa je posvečena soški fronti med prvo svetovno vojno.

Drugi muzej je Planšarski muzej, ki dokumentira zgodovino planšarstva v Bohinju in njegov vpliv na družbeno življenje in formiranje družbene pokrajine preko prakse individualnega planšarstva. Ta muzej prikazuje tudi razvoj sirarstva, ki se je na območju Bohinja začelo leta 1873 kot dodatek k intenzivnemu mlekarstvu, povezanemu s pašo živine poleti na planinah. Planšarstvo in sirarstvo sta bili ključni dejavnosti v vsakdanjem življenju večine bohinjanskega prebivalstva do sredine prejšnjega stoletja.

Tretji muzej je Oplenova hiša, ki se je za javnost odprla šele leta 1991. Je tipična bohinjanska domačija stegnjenega tipa, ki je bila zgrajena v 19. stoletju in je bila restavrirana tako, da predstavlja tipično notranjost hiše iz tistega obdobja. Je ena redkih hiš v Bohinju s črno kuhinjo in s prvotnimi prostori, opremo in tlorisom. Namen muzeja je prikazati tipično bivališče, v kakršnih je v 19. stoletju potekalo vsakdanje življenje v Bohinju; hiša je tudi prizorišče folklornih tečajev in delavnic.

Lokalni institucionalni akterji

Lokalni prebivalci lahko sodelujejo v turizmu tudi z aktivnostmi v lokalnih organizacijah ali institucijah, ki igrajo pomembno vlogo pri usmerjanju razvoja turizma: Turistično društvo Bohinj, Lokalna turistična organizacija in občina Bohinj. Turistično društvo Bohinj je osrednja turistična organizacija civilne družbe v Bohinju in naslednica številnih turističnih organizacij in društev, ki so bili ustanovljeni v začetku prejšnjega stoletja. Društvo je bilo ustanovljeno tik po drugi svetovni vojni, med katero so razpustili vsa turistična društva; njegov namen je bil nuditi oporo razvoju turizma v Bohinju. Dolga leta je bilo edino društvo, ki je skušalo združiti vse družbene akterje, ki so se ukvarjali s turizmom, in po mnenju številnih sogovornikov dolga leta tudi glavno gibalno turističnega razvoja. Do nedavnega, do sprejetja Zakona o pospeševanju turizma leta 1998, je bilo

Turistično društvo Bohinj eno izmed najmočnejših lokalnih turističnih društev v Sloveniji.²¹

Turistično društvo Bohinj (TD Bohinj) ima med 350 in 400 članov in članstvo je odprto vsakomur, ki želi prispevati k razvoju turizma v kraju. Izvaja različna opravila, a je najbolj znano kot posrednik za približno 100 lastnikov zasebnih sob. Teh 100 komitentov preko TD Bohinj oddaja približno 950 sob, apartmajev ali počitniških hiš; TD za svoje storitve računa pet odstotno provizijo. Po mnenju predstavnikov TD Bohinj je s posredovanjem pri oddajanju teh sob registriranih približno 45.000 nočitev letno. TD Bohinj je tudi upravitelj enega izmed kampov, tj. kampa Danica blizu Bohinjske Bistrice, kjer beležijo okoli 95.000 nočitev letno. Poleg posredovanja pri oddajanju sob in upravljanja kampa je bilo TD Bohinj do nedavnega tudi pristojno za promocijo in trženje sob, ki jih oddajajo preko njega, in je tudi natisnilo svoje prospekte, ki so bili na voljo v njihovem turistično-informacijskem centru.

Med drugimi aktivnostmi, s katerimi se ukvarja TD, najdemo tudi menjalnico, prodajo spominkov in vstopnic za slap Savico ter vzdrževanje poti do slapa, za kar so odgovorni že od petdesetih let prejšnjega stoletja, prav tako kakor so bili odgovorni tudi za vzdrževanje javnih prostorov, dostopnih turistom, čeprav je to delo v zadnjih letih prevzela občina. Vendar večino klopi ob jezeru še vedno vzdržuje TD Bohinj in moji sogovorniki so omenjali, da člani TD Bohinj še vedno kosijo travo tam, kjer je občina na to pozabila. Glede kulturnega življenja pa je TD Bohinj pristojno za organizacijo mnogih tradicionalnih ali folklornih prireditev, ki jih uprizarjajo med visoko turistično sezono: Vasovanja, Kmečka ohcet, Kresna noč ipd. Nastopa tudi kot sponzor drugih kulturnih prireditev, kot je festival klasične glasbe z imenom Glasbeno poletje Bohinj, ki se odvija vsako poletje v Srednji vasi.

V času moje raziskave se je vloga TD Bohinj z uvedbo nove turistične zakonodaje leta 1998 znatno spremenila. Zakon o pospeševanju turizma določa, da morajo skupnosti, občine ali skupine občin, ki želijo dobiti od države uradni status turističnega območja, ustanoviti lokalno turistično organizacijo (LTO), ki bi združila vse turistične aktivnosti ter vse turistične akterje. V skladu s to novo zakonodajo so postala obstoječa turistična društva, kot je TD Bohinj, s turizmom povezana samo ljubiteljsko. Pred sprejetjem Zakona o pospeševanju turizma je bil TD Bohinj tista organizacija, ki je razpolagala s turistično takso, ki je – poleg članarine in provizije, ki jih je TD Bohinj prejemale za storitve, ki jih je opravilo za

²¹ Zakon o pospeševanju turizma, Ur. l. RS 57/1998, 62/2000.

svoje kooperante – društvu omogočala, da je izpolnjevalo vse pravkar navedene naloge. S sprejetjem zakona pa je postala občina tista, ki prejema turistične takse, od katerih se delno financira LTO.

Z ustanovitvijo LTO je občina Bohinj izpolnila pogoje, ki jih je nova turistična zakonodaja predpisala za pridobitev statusa turističnega območja. S tem statusom se lahko Bohinj tudi prijavi na morebitne razpise za državna sredstva, ki bi jih investirali v razvoj turizma. LTO je gospodarski zavod, čigar člani so vsi tisti akterji in institucije v občini, ki se ukvarjajo s turizmom. Članstvo je obvezno, prav tako tudi članarina. TD Bohinj je tudi član LTO in njenega sveta.

LTO je institucija, ki naj bi združevala vse posameznike, vsa podjetja in vse organizacije, ki prispevajo k razvoju turistične industrije v Bohinju. Med najbolj pomembnimi nalogami LTO so: centralizacija in izvedba trženja Bohinja kot turističnega kraja, združevanje in posredovanje vseh informacij o bohinjski turistični ponudbi v svojem turistično-informacijskem centru, izvajanje občinske turistične politike in vzdrževanje trajnega dialoga z osrednjimi akterji, ki vplivajo na razvoj turizma v občini. Povezava med LTO in občino je do neke mere dvoumna: po eni strani je financiranje LTO delno odvisno od občine. LTO velja za telo, ki izvaja občinsko turistično politiko. Po drugi strani pa je LTO sestavljena iz velikega števila članov, ki ob plačevanju članarine pričakujejo, da LTO predstavlja tudi njihove interese.

Iz opisa nalog, ki so bile po zakonu dodeljene LTO, je hitro jasno, da se pristojnosti LTO in TD Bohinj močno prekrivajo. Tako Bohinj predstavlja primer, kako se lahko ob novi organizaciji turizma v skladu z novo turistično zakonodajo razvijejo medinstitucionalne napetosti, čeprav TD Bohinj ni institucija, katere namen bi bilo predstavljanje vseh družbenih akterjev, ki se v Bohinju ukvarjajo s turizmom. Moj namen ni namigovati, da obstaja konflikt med TD Bohinj in LTO; po eni strani TD Bohinj v skladu z novo organizacijo turizma še vedno opravlja veliko večino svojih nekdanjih nalog, le da ob tem, ko izvaja delo turistično-informacijskega centra ob jezeru in ko organizira folklorne festivale, to počne v imenu LTO po pogodbi, ki sta jo sklenila.

Vse zgoraj opisane spremembe, ki jih je v Bohinj prinesla uveljavitev Zakona o pospeševanju turizma, so občutljive teme za bohinjske turistične akterje. Ustanovitev LTO je imela v Bohinju velik odmev. Moji sogovorniki so glede ocene turistične prakse in dela osrednjih turističnih organizacij v kraju reagirali na vrsto različnih načinov. Te ocene in vizije turizma, ki jih izražajo družbeni akterji, bodo predmet analize v naslednjem poglavju.

V času moje raziskave se je bohinjska LTO počasi uveljavljala v

prostoru in začela izvajati svoje temeljne naloge. Ustanovila je nov turistično-informacijski center v Bohinjski Bistrici, vzpostavila nov sistem turističnih kaŕipotov ter sodelovala pri nacionalnem projektu sestavljanja integralnega sistema za rezervacije po internetu (LTIS). Glede promocije Bohinja je LTO vzpostavila integralno spletno stran na internetu, kjer je združena vsa turistična ponudba. Udeleŕena je bila tudi pri snovanju in distribuciji prospektov, ki predstavljajo turistično območje Bohinja v celoti. Sestavila je tudi skripta za izobraŕevanje lokalnih turističnih vodnikov. Poleg tega bohinjka LTO deluje skupaj z drugimi LTO na območju Julijskih Alp s ciljem turistične promocije celotnega območja.

LTO je tudi pristojna za upravljanje parkirišč v bliŕini Bohinjskega jezera, kar pomeni, da določa prostor za parkirišča, jih upravlja in pobira parkirnino. Poleg tega sodeluje pri organizaciji in financiranju številnih kulturnih in zabavnih dogodkov skozi vse leto in je ena od glavnih institucij, vpletenih v proces ustvarjanja novih turističnih znamenitosti in projektov, kot so urejanje arheološke naselbine Ajdovski gradec, gradnja kolesarskih stez in pohodniških poti (vključno s potjo, ki bi povezovala zgodovinsko pomembne kraje iz prve svetovne vojne) in gradnja vodnega parka v Bohinjski Bistrici.

Zadnja organizacija, ki igra ključno vlogo pri ustvarjanju Bohinja kot turističnega kraja, je sama bohinjka občina. Občina Bohinj je nastala ŕele leta 1995; pred tem je območje, ki sedaj spada v bohinjko občino, spadalo v občino Radovljica. Domačini imajo različna mnenja o ustanovitvi lastne občine. Nekateri trdijo, da imeti lastno občino pomeni imeti institucijo, ki je bolj dovzetna za skrbi in probleme občanov, drugi pa se sprašujejo, ali relativno majhna občina razpolaga z zadostno močjo in ekonomskimi zmogljivostmi za uresničitev tudi najosnovnejših nalog, kot je izboljšanje komunalne infrastrukture, kar tudi vpliva na raven turistične razvitosti, ki jo lahko doseŕe celotno območje.

Na občinski upravi je običajno podŕupan odgovoren za razvoj turizma vključno z razvojem kmetijstva. V času mojega terenskega dela so imeli v Bohinju lokalne volitve; prišlo je do spremembe v občinski oblasti. Po mnenju mojih sogovornikov je ta sprememba prinesla tudi spremembo v prioritetah turistične politike, čeprav je bila za ŕupanje izvoljena podŕupanja, ki je pri snovanju turistične politike v Bohinju sodelovala ŕe več let. Sprememba v občinski politiki bo predmet podrobne analize v naslednjem poglavju o turizmu in razvoju.

V skladu z aktualno turistično zakonodajo, z nacionalno turistično strategijo za obdobje 2002–2006 ter z občinsko razvojno strategijo je osrednja vloga občine v zvezi s turizmom ustvarjanje pogojev za turistič-

ni razvoj v Bohinju. V tem smislu bi občina v idealnem primeru igrala vlogo pospeševalca, odgovornega za reševanje tistih problemov, ki jih posamezni akterji na terenu ali pa tudi posamezne turistične organizacije ne morejo rešiti – zlasti v kontekstu infrastrukture. Sem sodi zamenjava in upravljanje sistema odvajanja in očiščevanja odpadnih voda, zbiranje odpadkov, oskrba z vodo, vzdrževanje prometne infrastrukture in varovanje okolja. Izpolnjevanje teh nalog ne predstavlja le uresničitve ključnih pogojev za osnovno raven življenjskega udobja: te zadeve so pereči problemi tudi glede na to, da spada večina občine v Triglavski narodni park, kjer veljajo še bolj restriktivni predpisi glede varovanja okolja. Rešitev tovrstnih infrastrukturnih problemov je v očeh mojih sogovornikov tudi predpogoj za razvoj Bohinja kot turistične destinacije.

Ko se je leta 1998 uveljavil Zakon o pospeševanju turizma, je turistična taksa, ki je prej pripadala TD Bohinj, prešla v občinsko blagajno in ta sredstva naj bi se reinvestirala v razvoj turizma. Na ta način je občina postala osrednja institucija, ki naj bi s svojimi sredstvi uresničevala turistično politiko na lokalni ravni. Nadalje je občina tudi dolžna zastopati javni interes glede razvoja turizma ter uresničevati integralni načrt za razvoj občine, ki bi ohranjal ravnovesje med vsemi gospodarskimi sektorji v občini. To, da predstavlja interese vseh občanov, je ena izmed specifičnih odgovornosti, značilnih za vlogo občinske oblasti, ki so jo navsezadnje izvolili državljani in prebivalci občine. LTO Bohinj, ki z občino sodeluje pri snovanju in izvedbi turistične razvojne politike, je sestavljena predvsem iz članov, ki morajo biti njeni člani zaradi svojega dela v turistični industriji. V tem smislu so člani LTO po naravi bolj naklonjeni turizmu, čeprav se glede turistične politike med seboj vedno ne strinjajo; v tem smislu LTO ne predstavlja interesov vse skupnosti.

Pomen lokalizacijskih strategij

Na zadnjih straneh sem opisovala različne načine, kako prebivalci Bohinja sodelujejo pri turistični praksi v lastni skupnosti – zaposleni so v podjetjih, hotelih, penzionih, restavracijah, agencijah, ki so neposredno povezani s turistično industrijo; oddajajo sobe, apartmaje, počitniške hiše; imajo lastne penzione ali gostilne ali podjetja; sodelujejo pri upravljanju kulturnih objektov; organizirajo kulturne prireditve; sodelujejo pri lokalnih organizacijah, katerih namen je pospeševati razvoj turizma v skupnosti in nanj vplivati. Vse te dejavnosti skupaj predstavljajo proces neprestanega izgrajevanja Bohinja kot turistične destinacije na lokalni

ravni. Glede na celo vrsto različnih aktivnosti, v katere je vpletena večina lokalnih prebivalcev, lahko sklepamo, da lokalna skupnost igra pomembno vlogo pri določanju turistične pokrajine Bohinja.

Ena izmed posebnosti bohinjske turistične pokrajine je velik odstotek ljudi, ki so osebno vpleteni v gradnjo in ponudbo nastanitvenih možnosti za turiste. Številni člani skupnosti so prenovili ali razširili lastne hiše, da bi tako zgradili sobe ali apartmaje za turiste. Tako niso le prenovili lastnih intimnih prostorov za prihod turistov, temveč so neposredno prispevali k fizični gradnji Bohinja kot turističnega kraja. Omenjeno je že bilo, da tisti, ki oddajajo sobe, apartmaje, počitniške hiše ali penzije, ponujajo dvakrat več postelj kot vsi hoteli skupaj. Številni Bohinjci so odprli lastne restavracije, kavarne, gostilne, podjetja, kar tudi prispeva k fizični izgradnji bohinjske turistične pokrajine. Nadalje znatno število tistih, ki so odvisni od turizma kot vira dohodka, uporablja različna sredstva, kot je internet, da bi neposredno stopili v stik z morebitnimi strankami in jim ponudili svoje storitve; s svojimi dejanji pa sodelujejo pri oblikovanju podobe Bohinja kot turističnega kraja brez pomoči posreduvalnih institucij ali družbenih akterjev.

V tem kontekstu ne gre spregledati vseh, ki so zaposleni v turističnem sektorju, bodisi da delajo po hotelih, restavracijah, penzionih, kavarnah, turističnih agencijah, muzejih, informacijskih centrih ali pa kje drugje. Vsi ti ljudje, čeprav ne delajo samostojno v turizmu, vplivajo na razvoj turistične pokrajine, saj se osebno ukvarjajo s turisti in kot taki v turističnem odnosu med gostiteljem in gostom tudi spadajo v kategorijo gostiteljev. Ker njihova dejanja prispevajo k ponudbi turističnih storitev – pa naj bo to hrana ali pijača, nastanitev, informacije in nasveti ali kaj drugega – prispevajo tudi k podobi in identiteti Bohinja kot turističnega kraja; njihova dejanja postanejo del izkušnje turistov o samem Bohinju.

Tisti, ki sodelujejo pri TD Bohinj ali LTO, igrajo pomembno vlogo pri določanju podobe Bohinja kot turističnega kraja na več načinov. Ti družbeni akterji se ukvarjajo z vzdrževanjem javnih turističnih znamenitosti, upravljajo interese različnih družbenih skupin, ki sodelujejo pri razvoju turizma, in sodelujejo pri določanju javne podobe Bohinja kot turističnega kraja za obiskovalce, kar vključuje tudi komercializacijo kulturne identitete Bohinja preko tradicionalnih kulturnih festivalov, namenjenih turistom, prodaje spominkov in ročnih del ter trženja kulturne identitete Bohinja za potrebe turizma.²²

²² Vprašanje komercializacije kulture in vprašanje avtentičnosti v kontekstu razvoja turizma sta temi, ki bosta podrobneje obravnavani v šestem poglavju.

Lastniki vikendov

Preden se analiza osredotoči na proces izgradnje turistične pokrajine Bohinja zunaj lokalne ravni, je treba opredeliti še skupino ljudi, ki skupaj tvorijo neko dvoumno, ampak vplivno družbeno skupino, navzočo znotraj meja turističnega območja, skupino, ki igra pomembno vlogo pri določanju fizične pokrajine Bohinja in posredno (in v očeh domačinov dokaj sporno) vlogo pri praksi turizma: lastniki vikendov. To so osebe, ki imajo v lasti nepremičnine v Bohinju, vikende, ki so jih odkupili od domačinov ali pa so jih sami zgradili. Po naravi so to osebe, ki stalno bivajo drugje in občasno prihajajo v Bohinj. Odkup in gradnja vikendov imata v Bohinju dolgo tradicijo, ki sega v obdobje med obema vojnama in sporadično tudi v obdobje pred prvo svetovno vojno. Takrat so bili lastniki vikendov bogati posamezniki ali družine, ki so imeli sredstva za gradnjo vil ali skromnejših počitniških hiš, da bi lahko prišli v Bohinj in uživali v miru in naravnih lepotah krajine. Sedanji lastniki vikendov se med seboj zelo razlikujejo; obstajajo taki, ki s svojimi družinami prihajajo v Bohinj že petdeset in več let, ter taki, ki so ravnokar dokončali svoje počitniške domove. Na območju občine Bohinj je približno 700 vikendov, med katerimi najdemo tudi nelegalne gradnje, ki niso v skladu s predpisi o pogojih gradnje in prenove obstoječih gradenj na območju Triglavskega narodnega parka. Če izhajamo iz predpostavke, da v vsakem vikendu živita le dve osebi, lahko domnevamo, da je lastnikov vikendov skoraj 1500. To predstavlja za skupnost, ki šteje le malo več kot 5000 oseb, relativno veliko skupino ljudi, ki pa nimajo nujno istih pogledov na Bohinj ali na razvoja Bohinja – če vloge turizma v Bohinju niti ne omenjamo.

Moramo pa dodati, da niso vsi lastniki vikendov enaki. O njih obstajajo določene družbene predstave; slišala sem zelo različne stvari, od tega, da nekateri celo kradejo živino, do tega, da so bili nekateri pobudniki in organizatorji festivala klasične glasbe, ki se vsako poletje odvija v Srednji vasi. Na tem mestu ne bom obravnavala vprašanja, ali se vse izjave o lastnikih vikendov ujamejo z njihovimi resničnimi aktivnostmi. Predmet obravnave je družbeno formiranje kategorije lastnikov vikendov s strani stalnih prebivalcev Bohinja in vloga lastnikov vikendov pri razvoju bohinjske turistične pokrajine.

Kot je bilo prej omenjeno, lastniki vikendov sestavljajo dvoumno družbeno kategorijo, saj niso niti turisti niti stalni prebivalci kraja. Poleg tega, da imajo vikend v Bohinju in niso domačini, obstaja še druga lastnost, ki združuje to raznoliko skupino ljudi: zaradi potrebnih ekonomskih sredstev za vzdrževanje vikenda v Bohinju oziroma zaradi možnosti,

da so lahko zgradili v Bohinju vikend kljub vsem predpisom, ki omejujejo gradnje znotraj območja Triglavskega narodnega parka, se lastniki vikendov uvrščajo v višji družbeni ali ekonomski razred kot domači prebivalci Bohinja.

Sogovorniki, s katerimi sem govorila o lastnikih vikendov, so jih v veliki večini obravnavali kot posebno skupino, čeprav so njihovo prisotnost v Bohinju ocenjevali s kriteriji, s katerimi so razvrščali različne skupine turistov, ki so prihajali v Bohinj: kakšno korist imajo Bohinjci od tega, da je prisotnih toliko lastnikov vikendov? Nekateri so izražali splošno nezadovoljstvo, češ da lastniki vikendov prihajajo v Bohinj z avtomobili, polnimi zalog hrane in pijače, tako da jim tam ni treba ničesar kupiti. Neki sogovornik je razlagal, da lastniki vikendov pripeljejo pozimi s seboj iz Ljubljane tudi premog. Takšni komentarji so osnova za splošen očitek, da nima Bohinj od prisotnosti lastnikov vikendov nobene koristi.

Po drugi strani so številni sogovorniki menili, da lastniki vikendov igrajo neformalno vlogo pri razvoju turizma v Bohinju. Poleg tega, da sami predstavljajo posebno družbeno skupino ljudi, ki jo lahko obravnavamo kot dolgotrajne obiskovalce kraja, obstaja trditev, da precej lastnikov vikendov turistom oddaja sobe ali pa cel vikend. To počnejo na črno, saj se ob tem ne pridobijo ustreznega statusa, kot so to morali narediti vsi, ki oddajajo sobe ali hiše. Vzdrževanje takega statusa zahteva plačevanje nekaterih davkov poleg same turistične takse, ki jo je treba plačati za vsako nočitev. Zato tisti domačini, ki oddajajo sobe, imajo lastnike vikendov, ki oddajajo sobe na črno, za nelojalno konkurenco, za ljudi, ki imajo od bohinjskega turizma dobiček, ne da bi upoštevali pravila igre. V kontekstu oddajanja sob se obravnava lastnike vikendov in njihovo oddajanje sob z istimi kriteriji, kot domačine, ki oddajajo sobe; dejstvo, da vikendaši ne delajo po pravilih, ki jih morajo spoštovati pri oddajanju sob vsi ostali, je vir družbene napetosti.

Ob obravnavi dvoumnega položaja lastnikov vikendov in vloge, ki jim je dodeljena znotraj konteksta bohinjske turistične pokrajine, se počasi odvrnimo od tistih družbenih akterjev, ki delujejo predvsem znotraj fizičnih meja bohinjske turistične pokrajine, k tistim, ki delujejo na različnih ravneh, tudi zunaj meje turističnega kraja. Lastniki vikendov so osebe, ki stalno prebivajo drugod po Sloveniji in imajo v nasprotju z večino turistov, ki prihajajo v Bohinj, bolj dolgoročen odnos s krajem, v katerega prihajajo večkrat na leto. Kot sem že omenila, za vse lastnike vikendov ne velja kritični stereotip, ki se je uveljavil v Bohinju. Obstajajo tudi takšni, ki se skušajo vključiti v družbeno življenje kraja, ko pridejo v Bohinj, in vzdržujejo trajnejše odnose z domačini pa tudi kakšne ekonomske nava-

de, denimo da kupujejo mleko vedno pri določenem kmetu in podobno. Nekateri lastniki vikendov sodelujejo pri razširitvi turistične pokrajine Bohinja, na primer pri ustanavljanju in vzdrževanju kulturnih festivalov. Zopet drugi sodelujejo z domačini na politični ravni pri vprašanjih, ki vplivajo na smer turističnega razvoja v kraju.

Nacionalni institucionalni akterji

V zadnjem delu poglavja bom obravnavala vlogo institucionalnih akterjev, ki delujejo na nacionalni in mednarodni ravni in ki na različne načine vplivajo na razvoj turizma v Bohinju. Nacionalna institucija, ki je najbolj prisotna na turističnem prizorišču v Bohinju, je Triglavski narodni park. Vlogo Triglavskega narodnega parka prebivalci Bohinja in turistični akterji zelo različno ocenjujejo.

Zakaj je Triglavski narodni park (TNP) obravnavan kot nacionalni akter? Po eni strani bi lahko trdili, da sta Bohinj in območje TNP-ja nerazdružljivo povezana: skoraj dve tretjini občine Bohinj sodi na območje TNP-ja, večina tega celo v osrednje območje parka. V fizičnem smislu Bohinj in TNP ne moreta biti tesneje povezana. Večina tujih turistov, ki prihaja v Bohinj, pride predvsem zaradi TNP-ja in tisti del TNP-ja, ki spada v občino Bohinj, predstavlja njegov najbolj obiskan del. Z očmi turistov bi lahko rekli, da sta Bohinj in TNP na neki način eno in isto. Če pa pomislimo še na podatek, ki je bil omenjen v tretjem poglavju, da sta namreč bila v 19. stoletju izraza turist in planinec v Bohinju tako rekoč sinonima, se zavemo, da ima vez, ki povezuje Bohinj, turizem in naravne lepote TNP-ja dolgo zgodovino.

Ravno ta povezava pogojuje odnos med Bohinjci in upravo TNP-ja, ki je lahko poln napetosti. Glavni razlog za morebitno napetost je, da uprava ozemlja, ki sodi v TNP, ni stvar tistih, ki živijo na tistem ozemlju, ampak organa, ki deluje na nacionalni ravni. TNP je dobil sedanjo razsežnost z uveljavitvijo Zakona o Triglavskem narodnem parku leta 1981, ki je razširil ozemlje TNP-ja na 2000 ha. Nadalje je Svetovna zveza za varstvo narave (IUCN) TNP-ju dodelila status nacionalnega parka. To pomeni, da se morajo tisti, ki z njim upravljajo, ravnati po določenih mednarodnih standardih in predpisih v skladu z mednarodno sistematizacijo različnih zavarovanih območij znotraj nacionalnih parkov, če želijo obdržati status nacionalnega parka. Poleg tega pa upravljanje TNP-ja spada tudi v okvir Zakona o varstvu okolja, ki je bil sprejet po osamosvojitvi, da bi določili in uveljavili nacionalne cilje glede varstva narave in okolja.

Vzdrževanje nacionalnega parka je naloga javnega zavoda Triglavski narodni park, ki je administrativni organ, pristojen za izvedbo zakonodaje in predpisov, ki regulirajo upravljanje parka. Med nalogami zavoda najdemo upravljanje samega parka, nadzorovanje in odobritev kakršnih koli posegov v prostor na ozemlju parka v skladu z obstoječimi predpisi za posamezna zavarovana področja, vzdrževanje dialoga med državnimi in občinskimi organi, ki sodelujejo pri izvajanju nacionalnega okoljevarstvenega programa, vzdrževanje znanstvenoraziskovalne službe, ki je pristojna za nadzor stanja ogrožene flore in favne na območju parka ter organizacija naravovarstvene službe. Nadalje zavod TNP sodeluje pri razvoju sprejemljivih oblik kmetijstva, gozdarstva in razvoja podeželja, ki so v skladu s predpisi o upravljanju zemljišč v parku. To vključuje pripravo in izvedbo razvojnih programov, ki zadevajo razvoj podeželja znotraj parka, uvedbo standardov kakovosti, svetovanje glede biološkega kmetijstva, sodelovanje z lokalnimi kmetijskimi in pašniškimi skupnostmi, sodelovanje z obstoječimi organizacijami, ki regulirajo prakso gozdarstva v parku, itd. Poleg tega ima zavod TNP tudi oddelek za stike z javnostmi, ki ponuja vse vrste informacij in gradiv o samem parku ter o naravni in kulturni dediščini, ki jo je TNP dolžen varovati.

Vse to pomeni, da je v vsakdanji praksi razvoj skoraj dveh tretjin bohinske pokrajine podrejen normam in vrednotam varstva narave, ki regulirajo upravljanje TNP-ja. Glede na to, da je TNP nacionalni park in kot tak tudi edini slovenski, sta njegov status in bodočnost nacionalni vprašanji, ki ne vplivata le neposredno na vsakdanost ljudi, ki živijo znotraj parka, ampak tudi nagovarjata slovenske državljane na različnih ravneh. Tako na primer v javni sferi trenutno poteka razprava o različnih verzijah zakonodaje, ki bi posodobila Zakon o Triglavskem narodnem parku iz leta 1981. Čeprav sem domnevala, da ljudje v Bohinju tej razpravi sledijo, je bilo opaziti, da je prihodnost TNP-ja tudi vprašanje javnega interesa, kar pomeni, da se vprašanja varstva okolja in zaščite narave zastavljajo kot nacionalna vprašanja in ne le kot teme, ki zadevajo le tiste, ki živijo znotraj samega parka. V tej luči je bodoči turistični razvoj v Bohinju do neke mere določen s strani mednarodnih predpisov, po katerih ravna upravitelj parka, hkrati pa je tudi predmet nacionalne politike in interesa.

Poleg tega, da je TNP ena izmed glavnih turističnih znamenitosti Bohinja, je tudi park sam turistična znamenitost. Zavod TNP ima lastno službo za odnose z javnostmi, kjer ponujajo informacije o parku, prodajajo zemljevide in publikacije o parku, o varstvu narave in o kulturni dediščini parka. TNP ima tudi svoj informacijski center v Trenti, poleg tega pa z organiziranjem predavanj, delavnic za učitelje, šolskih izletov ter

mentorstva zainteresiranim študentom opravlja neko vzgojno vlogo. S tovrstnimi dejanji zavod TNP gradi svojo podobo o naravnih in kulturnih pokrajinah, ki ga sestavljajo, in vzpodbuja razvoj določenega odnosa do območij, ki so sestavni del bohinjske turistične pokrajine. Takšen odnos do naravnih znamenitosti parka pomeni tudi vzpodbujanje določenih oblik turizma, ki bi z lahkoto sobivale s projektom varovanja in ohranjanja parkovnega habitata. Odnos med TNP-jem in Bohinjem bo predmet podrobne analize v naslednjem poglavju.

Med obstoječimi organizacijami na nacionalni ravni, ki sestavljajo del turistične institucionalne mreže, ki vpliva tudi na razvoj turizma v Bohinju, najdemo skupino organizacij, ki se imenujejo interesna združenja. Kot namiguje sam izraz, so interesna združenja organizacije, ki predstavljajo zasebne (pogosto ekonomske) interese svojih članov ter vzdržujejo dialog z državnimi organi z namenom, da bi vplivale na razvoj turistične politike na nacionalni ravni. Značilnost teh združenj je, da niso bila ustanovljena z namenom, da bi vplivala na razvoj turizma v določenih turističnih krajih; poleg tega, da zastopajo interese svojih članov, so to institucije, ki svojim članom – posameznikom in podjetjem – ponujajo določene storitve. To pomeni, da tisti, ki so vpleteni v bohinjski turizem, tudi določajo, do katere mere takšna združenja vplivajo, četudi posredno, na razvoj turizma v Bohinju.

Te organizacije ponujajo zelo podobne storitve svojim članom; glavna razlika med njimi tiči v tipu njihovih članov. Obstajajo tri glavna interesna združenja: Gospodarska zbornica Slovenije, Obrtna zbornica Slovenije in Nacionalno turistično združenje. Gospodarska zbornica ima združenje za turizem in gostinstvo, znotraj katerega najdemo sekcije oziroma odbore za kampe, sobodajalce, žičničarje, turistične agencije, gostinske delavce in za posamezne dejavnosti v hotelih (hotelske gospodinje, receptorji) itn. V združenje se lahko včlani vsak, ki je član Gospodarske zbornice Slovenije in ki se odloča za članstvo v tistem združenju, ki seveda najbolje pokriva njegove interese. Člani združenja so podjetja, le v sekciji za sobodajalce so člani posamezniki. Obrtna zbornica Slovenije ima sekcijo za gostinstvo in njeni člani so lahko le tisti, ki so registrirani kot samostojni podjetniki v gostinskem obratu: lastniki penzionov, restavracij, gostiln, okrepčevalnic, kavarn in slaščičarn. Več kot 60 % članov te sekcije deluje v okrepčevalnicah in drugih manjših lokalih; 37 % članov je lastnikov restavracij ali gostiln in le 1 % članov je lastnikov penzionov.²³

²³ Več informacij o Gospodarski in Obrtni zbornici Slovenije lahko najdemo na naslednjih spletnih straneh: www.gzs.si; www.ozs.si.

Obe organizaciji nudita članom podobne storitve, ki pa so prilagojene specifičnosti vlog njunih članov v turističnem procesu. Skrbita za statistične informacije in podatke o aktualnih trendih v vsakem sektorju turistične industrije ter na tej podlagi sestavljene analize. Člane oskrbuje tudi s podatki o trendih v turizmu na svetovni ravni. Poleg tega jim nudita pomembne tehnične nasvete in podporo: delavnice, seminarje in druge oblike izobraževanja, ki jih turistični delavci potrebujejo za pridobitev vseh potrebnih certifikatov oziroma licenc za izvajanje svoje dejavnosti. Vsaka organizacija je tudi povezana s podobnimi mednarodnimi organizacijami, kar članom omogoča dostop do institucij, ki izvršujejo podobne naloge, čeprav na mednarodni ravni. Kot je bilo prej omenjeno, te organizacije tudi lobirajo za interese svojih članov pri nacionalnih organih, ki so odgovorni za sestavljanje zakonodaje, ki regulira turistično industrijo.

Nacionalno turistično združenje je sestavljeno iz manjših nacionalnih interesnih združenj, iz turističnih izobraževalnih institucij, iz večjih turističnih podjetji, kot so hoteli, in tudi iz individualnih članov, ki prihajajo iz ekonomske, akademske ali javne sfere. Nacionalno turistično združenje je največje med vsemi turističnimi interesnimi združenji. Ima tudi lastni raziskovalni center, čigar delo je dostopno članom. Profil članov je bistveno bolj raznolik kot v primerih prejšnjih združenj in zato interesi tega združenja zadevajo predvsem promocijo celotne industrije turizma kot učinkovite razvojne strategije in kot način promocije Slovenije svetu. Nadalje je značilnost tega združenja tudi to, da se samo ukvarja s promocijo Slovenije, tudi preko interneta.²⁴

V nasprotju z interesnimi združenji, ki zastopajo profesionalne in ekonomske interese svojih članov, Turistična zveza Slovenije (TZS) zastopa interese civilne družbe v turizmu na nacionalni ravni. TZS je krovna organizacija 500 lokalnih in regionalnih civilnih turističnih društev, vključno s TD Bohinj. TZS se identificira kot naslednica Deželne zveze za pospeševanje tujskega prometa na Kranjskem, ki je bila prva slovenska regionalna turistična organizacija in omenjena v tretjem poglavju te knjige. TZS predstavlja interese in skrbi lokalnih skupnosti, ki sodelujejo pri razvoju turizma. V tem smislu vzdržuje stike z drugimi turističnimi organizacijami na nacionalni ravni, tudi s pristojnimi državnimi organi. V odnosu do svojih članov je TZS ustanoviteljica in koordinatorka številnih projektov in dejavnosti, ki jih izvajajo zainteresirana turistična društva na lokalni ravni. Značilnost TZS je močan poudarek na integralnem

²⁴ Več o Nacionalnem turističnem združenju: www.ntz-nta.si.

pristopu k turizmu, ki presega dobičkonosno dimenzijo turizma. Čeprav TZS deluje na predpostavki, da lahko turizem pozitivno vpliva na lokalne skupnosti po Sloveniji, je njen moto »Turizem so ljudje«, kar jasno kaže na pomen človeškega faktorja za uspeh v turizmu. Večina projektov, ki jih koordinira TZS, zadeva vprašanja in morebitne probleme, ki se lahko pojavijo v praksi turizma: urejanje okolja, izobraževanje, mladina, vzdušje gostoljubnosti in tolerantnosti, kulturna dediščina in naravne vrednote. Eden izmed njenih glavnih interesov je izobraževanje mlajše generacije o turizmu in o možnostih, ki jih ponuja turizem; TZS je v ta namen ustanovila tudi mrežo mladinskih turističnih organizacij po vsej državi.²⁵

Sedaj pa se osredotočimo na vlogo državnih organov, ki sodelujejo pri turistični politiki na nacionalni ravni. Obstajajo številne ustanove, katerih dejavnosti so v različni meri povezane s turistično prakso; pričujoča razprava se bo omejila na vlogo Slovenske turistične organizacije in na Ministrstvo za gospodarstvo, katerega sektor za turizem je odgovoren za koordinacijo državne politike turizma.

Slovenska turistična organizacija (STO) je javni gospodarski zavod, ustanovljen leta 1995 pod imenom Slovenska nacionalna turistična organizacija z namenom, da promovira Slovenijo kot turistično destinacijo na nacionalni ravni. Država je ustanovila STO in tudi sofinancira njene dejavnosti (80 %).

V aktualni sestavi STO zajemajo njene naloge dva sklopa: izvedba državne politike in trženja slovenskega turizma ter razvojno-raziskovalno delo na nacionalni ravni. Naloge v zvezi s trženjem slovenskega turizma zajemajo pospeševanje prodaje, zlasti omogočanje dostopa do informacij o različnih oblikah turizma in o turističnih krajih (imajo zelo dopolnjeno spletno stran) pa tudi vzdrževanje stikov z javnostmi v Sloveniji in v tujini. Za ta namen ima STO tudi podružnice v Milanu, Münchnu, na Dunaju ter predstavnike v Švici, Beneluksu, Budimpešti, New Yorku in Zagrebu. STO tudi izdaja veliko promocijskega gradiva, ki ponuja informacije o turizmu v Sloveniji, ter organizira in predstavlja slovenski turizem pri glavnih mednarodnih turističnih konvencijah in sejmih.

Razvojno-raziskovalno delo STO zajema analize statističnih podatkov na nacionalni ravni: podatke prejme od mreže lokalnih turističnih organizacij po Sloveniji kakor tudi od drugih nacionalnih in mednarodnih baz. Oddelek za raziskave je namenjen temu, da zadosti potrebam strokovne javnosti in potrebam same organizacije, ki mora biti v koraku z nacionalnimi in mednarodnimi trendi v turistični industriji, da jim

²⁵ Več o Turistični zvezi Slovenije: www.turisticna-zveza.si.

lahko pravočasno prilagaja razvoj turizma v državi. STO je tudi pristojna za načrtovanje krovne turistične podobe Slovenije na domačem in mednarodnem trgu. To pomeni predstavitev osrednjih turističnih krajev po Sloveniji kakor tudi glavnih slovenskih turističnih območij: Julijske Alpe, obala, Kras, Pomurje, Pohorje, Ljubljana, Savinjska dolina, Zasavje, Gorenjska, Dolenjska in Bela krajina. Sodeluje tudi pri izdelavi sistema blagovnih znamk, s katerimi naj bi se razvili in tržili izdelki, značilni za določen turistični kraj.²⁶

Aktivnosti STO so povezane z LTO Bohinj toliko, kolikor krovna turistična podoba Slovenije ter podoba turističnega območja Julijskih Alp sestavljata okvir, v katerem LTO oblikuje turistično podobo Bohinja. Vendar STO ni neposredno vpletena v proces oblikovanja podobe posameznih turističnih krajev: to spada v pristojnost posameznih LTO. Sodeč po izkušnjah mojih sogovornikov je v praksi razmeroma malo prekrivanja in koordiniranja med STO in LTO, upoštevajoč različni ravni in pristojnosti njunega delovanja.

Sedaj pa se bomo osredotočili na vlogo države v turizmu. O tej vlogi je težko biti zelo konkreten, saj je bilo delovanje institucij v slovenskem turizmu med potekom moje raziskave v tranziciji. Čeprav je od uvedbe Zakona o pospeševanju turizma preteklo razmeroma malo časa, so ta zakon negativno ocenili vsi glavni akterji v slovenskem turizmu; zakon naj bi imel precejšnje napake. Zaradi tega se že nekaj let pripravlja osnutek nove turistične zakonodaje, kar pomeni, da se bo okvir, ki je bil vzpostavljen šele pred nekaj leti, na novo formuliral, še preden se bo aktualni okvir dejansko uveljavil. Vendar je kljub temu, da je turistični razvoj ravno v tranziciji med enim in drugim zakonodajnim okvirom, državna turistična politika jasno opredeljena v državnem dokumentu z naslovom Strategija slovenskega turizma 2002–2006. Na podlagi tega dokumenta bom tukaj predstavila vlogo, ki je dodeljena Ministrstvu za gospodarstvo.

Čeprav je Ministrstvo za gospodarstvo resorno ministrstvo za turizem, so v prakso turizma vpletena skoraj vsa vladna ministrstva. Zaradi tega je ena izmed temeljnih vlog sektorja za turizem na Ministrstvu za gospodarstvo ta, da deluje kot koordinator turistične politike na nacionalni ravni, usklajuje vse predpise, ki vplivajo na turizem, in rešuje vse morebitne konflikte. Poleg tega je ministrstvo pristojno tudi za uskladitev vloge države z načrti in cilji Strategije slovenskega turizma. Značilnost te strategije je, da ne opredeljuje le vloge države, ampak tudi vlogo vseh ključnih

²⁶ Slovenska turistična organizacija: www.slovenia-tourism.si.

institucionalnih akterjev, ki sodelujejo pri praksi slovenskega turizma, in odnose med vsemi temi akterji, ki naj bi delovali v skladu z modelom partnerstva. Ta partnerski model bo predmet podrobnejše obravnave v naslednjem poglavju; tukaj je razprava omejena le na vlogo države.

V Strategiji slovenskega turizma je Ministrstvo za gospodarstvo kot predstavnik države še vedno pristojno za načrtovanje in izvedbo nacionalne turistične politike, pri čemer mu svetuje Strokovni svet za turizem, sestavljen iz predstavnikov vseh turističnih partnerjev, ki so opredeljeni v strategiji, vključno z vsemi institucijami, ki so bile omenjene v tem poglavju. Država je pristojna tudi za pripravo in izvedbo zakonodaje, ki spodbuja turistični razvoj, ter za reguliranje turistične dejavnosti.

Strategija prinaša novost, da določa vlogo države v kontekstu dejavnosti vseh ostalih institucionalnih akterjev ter tudi skuša vplivati na način sodelovanja med vsemi institucionalnimi akterji. V tem oziru je vloga države predstavljena kot vloga pospeševalca na nacionalni ravni, odgovornega za vzpostavitev pogojev, ki bi spodbujali razvoj turizma. Čeprav je to na prvi pogled povsem logično in prav nič revolucionarno, je posebnost strategije v tem, kako naj bi se pospeševalna vloge države uresničevala v praksi. Po mnenju mojih sogovornikov, vključno tistih, ki delujejo na ravni države, sta bili vlogi države in turistične zakonodaje preveč preskriptivno naravnani in sta na primer določali oblike turistične organizacije, ne glede na specifičnosti posameznih turističnih krajev. Tako je v sklopu te strategije vprašanje organiziranosti turizma na lokalni ravni ostalo v pristojnosti lokalne skupnosti in lokalnih organov, prav tako tudi odločitve o smereh razvoja posameznih turističnih krajev. Zato je strategija določila, da turistična taksa ostaja občini, ki je odgovorna za investiranje teh sredstev v razvoj turizma.

Vloga države je v tem kontekstu dodeljevanje finančne pomoči za dolgoročne integralne načrte turističnega razvoja, ki jih ni mogoče urediti samo na podlagi zasebnega kapitala, so pa nujno potrebni za vzpostavitev osnovnih pogojev za nadaljnji razvoj turističnih krajev, kar velja predvsem za infrastrukturo in usposabljanje kadrov. Tovrstni projekti so lahko financirani s strani strukturnih skladov. Strateški cilj Strategije slovenskega turizma je, da v luči izzivov, ki jih predstavlja globalizacija, zagotovi konkurenčnost slovenske turistične industrije.

Država skuša vplivati na naravo sodelovanja med turističnimi akterji na lokalni ravni preko pogojev, na podlagi katerih financira prijavljene projekte. Država dodeli finančno pomoč turističnim krajem le na podlagi projektov. Eden izmed ključnih pogojev za financiranje projekta je, da ga ne sme prijaviti eno samo podjetje ali ena sama oseba. Projekt mo-

ra prijaviti skupina turističnih akterjev, ki sestavijo integralen večplasten projekt, ki je dobro argumentiran in ki temelji na integralnem, dolgoročnem načrtu turističnega razvoja in ki odseva učinkovito sodelovanje med turističnimi akterji v nekem turističnem kraju. Drugi pogoj pa je, da mora biti del zaprošenih sredstev namenjen investiranju v upravljanje in organizacijo turizma na lokalni ravni, kar je v žargonu strategije poimenoвано destinacijski menedžment.

Tako država na različne načine vpliva na razvoj turizma v Bohinju. Turistična zakonodaja regulira dejavnosti turističnih akterjev ter do neke mere vpliva na odnose med različnimi turističnimi akterji ter institucijami. Konkreten primer takega vpliva je ustanovitev LTO, ki je rezultat uvedbe Zakona o pospeševanju turizma. Nadalje lahko država s finančnimi orodji, s katerim razpolaga, posredno vpliva na način sodelovanja med vsemi do sedaj obravnavanimi družbenimi akterji. Poleg tega želi s finančnimi sredstvi vplivati na predstave o vlogi države v turizmu, ki obstajajo na lokalni ravni (pri tem skuša odpraviti zakoreninjene predstave o vlogi države), ter skuša nagraditi utemeljene in integralne iniciative glede turističnega razvoja na lokalni ravni.

Kot je bilo že omenjeno, Strategija slovenskega turizma ne določa le vloge države kot pospeševalca in tistega, ki omogoča razvoj turizma, ampak tudi predstavlja idealen model sodelovanja med turističnimi akterji, s tem da aplicira partnerski model na proces razvoja turizma. Glede na to, da sta turizem in razvoj osrednji temi naslednjega poglavja, se bom v njem osredotočila na model razvoja, ki ga predstavlja Strategija slovenskega turizma, pa tudi na druge modele turističnega razvoja, ki tudi oblikujejo razvoj turizma v Bohinju.

OAZA MIRU ALI GIBALO RAZVOJA: TURISTIČNA PRAKSA V BOHINJU

V prejšnjem poglavju je bil predstavljen družbeni zemljevid bohinske turistične krajine, v katerem so bili identificirani njeni osnovni obrisi, temeljni razpoznavni znaki ter glavne družbene skupine, ki prispevajo k vsakodnevnu razvoju, vzdrževanju in preoblikovanju bohinskega turizma. Nadalje so bili v zemljevidu predstavljeni tudi institucionalni akterji, ki na različne načine vplivajo na razvoj turizma v Bohinju. Pričujoče poglavje pa je posvečeno podrobnejši analizi družbenega zemljevida. Medtem ko so bile v prejšnjem poglavju skicirane vsakodnevne prakse družbenih akterjev kot lokalizacijske strategije, preko katerih prispevajo k nenehni produkciji Bohinja kot turistične krajine, se bom na naslednjih straneh osredotočila na pomen, ki ga ti akterji podeljujejo svojim turističnim praksam kot tudi samemu razvoju turizma. V tem kontekstu se bo poglavje osredotočilo na idealne vizije turizma, ki jih zagovarjajo različni družbeni akterji, vključno z vizijami, ki jih promovirajo institucije, ki oblikujejo razvoj bohinskega turizma. To vključuje analizo različnih načinov, kako ti družbeni akterji interpretirajo turizem, in analizo, kako so te različne interpretacije vezane na družbene ideale o različnih kategorijah turistov in načinov turističnega razvoja.

Pred tem pa je treba rešiti neko vprašanje. Družbeni zemljevid bohinske turistične krajine, ki je bil orisan v prejšnjem poglavju, ni vseboval eksplicitne mednarodne oziroma globalne dimenzije. Analitična pozornost je bila usmerjena predvsem na etnografski opis različnih kategorij družbenih akterjev, ki delujejo v turizmu na lokalni ali nacionalni ravni, vključno z vlogo določenih turističnih institucionalnih akterjev. Navidezna odsotnost globalnih oziroma mednarodnih akterjev ni izraz zanemarjenosti te dimenzije v raziskavi, ampak odsev specifičnosti bohinske turistične pokrajine. Razen prisotnosti mednarodnih turističnih agencij, ki skupaj z bohinskimi hoteli organizirajo dopustniške programe za svoje stranke, ni drugih pomembnih mednarodnih družbenih oziroma institucionalnih akterjev, ki bi neposredno vplivali na bohinski turizem. Seveda je bohinski turizem neposredno odvisen od tujih turistov, njihove potrebe in želje igrajo pomembno vlogo pri tem, kako gostitelji v Bohinju prilagajajo svoje turistične storitve. Vendar v Bohinju ni mednarodnih tu-

rističnih konglomeratov, ki bi tam vlagali v znatne naložbe, katerih vpliv na razvoj turizma je sicer pogosto predmet antropološke analize.

Ne upoštevajoč pomembno vlogo samih turistov pa prisotnost globalnih ali mednarodnih akterjev ne predstavlja edine mogoče »globalne« dimenzije turizma v Bohinju. V tem poglavju bomo obravnavali tudi vprašanje, do katere mere lahko tradicionalno analitično nasprotje med lokalnim in globalnim osvetli družbeno realnost turizma v Bohinju. Obravnavali bomo idealne vizije turizma v globalnem in lokalnem merilu. To ne pomeni, da jih bomo analizirali le na podlagi idealne vizije lokalnosti, ki jo promovirajo, ampak tudi v smislu vizije globalnosti, na kateri temeljijo. Čeprav se bo ta analiza osredotočila na kulturno logiko in na vrednote, ki jih predpostavlja vsaka vizija turizma, bo raziskala tudi povezave med oblikami lokalnosti, ki so promovirane v vsaki viziji, ter globalnimi konteksti in diskurzi, na katere se sklicujejo tisti, ki zagovarjajo neko vizijo turizma. Na ta način bomo obravnavali, do kod segajo analitične meje nasprotja med lokalnim in globalnim v luči različnih ravni, na katerih delujejo družbeni akterji, ko skušajo uresničiti svoje interese v bohinjskem turizmu.

V tem kontekstu bomo razširili koncept lokalizacijskih strategij, ki smo ga obravnavali v tretjem poglavju, tako da bomo vanj zajeli tudi idealne vizije turizma. To so vizije, ki jih različni družbeni in institucionalni akterji želijo vnesti v fizične in družbene dimenzije bohinjske turistične pokrajine. V tej luči je lahko Bohinj kot turistični kraj predstavljen kot neka sporna krajina ali, bolj rečeno, družbeno prizorišče, na katerem se križajo interesi in vizije turizma, ki jih zagovarjajo različni družbeni akterji. Kot sporna krajina je Bohinj tudi teren, na katerem zagovorniki različnih vizij tekmujejo za prevlado in moč, da določajo orise bohinjske turistične krajine.²⁷

V analizi Bohinja kot sporne krajine bodo najprej predstavljene tri vizije turizma, ki jih zagovarjajo glavni institucionalni akterji, ki oblikujejo razvoj turizma v Bohinju. Prva je vladna strategija slovenskega turizma, druga je razvojna strategija bohinjske občine in tretja je vizija turizma, predstavljena s strani zavoda Triglavski narodni park. Tako bodo obravnavani trije različni, a med seboj povezani koncepti turističnega razvoja, ki pomenijo jedro treh različnih vizij lokalnosti, ki posredno ali neposredno vplivajo na formiranje bohinjske kulturne krajine. Te tri vizije tudi delujejo kot pomemben del osnovnega referenčnega konteksta, v katerem

²⁷ Več o turističnih krajih kot spornih pokrajinah v: Boissevain, Selwyn 2004; Bruner 2005; Crain 1996; Odermatt 1996 in drugi.

se odvijajo diskusije o bohinjskem turizmu. V tej luči bo predstavljena etnografska analiza pomembne teme, s katero se ukvarja večina družbenih akterjev, ki sodelujejo pri razvoju turizma. Ta tema – problem gradnje novega hotela v bližini Bohinjskega jezera – sproža močne reakcije tistih, ki sodelujejo pri razvoju turizma v Bohinju, zlasti ker ni nujno, da tovrstni projekti sovpadajo z ideali turizma vseh družbenih akterjev. Te reakcije zadevajo tudi vrsto strategij, s katerimi želijo različni družbeni akterji na različne načine rešiti vprašanje novega hotela. Etnografska analiza družbene dinamike, ki jo je sprožil ta problem, predstavlja priložnost orisati dimenzije Bohinja kot sporne krajine, kot stičišča različnih vizij ter interesov, ki jih različne družbene skupine želijo mapirati na turistično krajino.

Koncepti turističnega razvoja

Ena izmed vizij, ki zaradi svojega izvora igra odločilno vlogo pri oblikovanju družbene realnosti turizma v Bohinju, je Strategija slovenskega turizma 2002–2006. Kot je bilo omenjeno, je obdobje terenske raziskave v Bohinju sovpadalo z meddobjem med dvema oblikama turistične zakonodaje v turistični industriji. Zakon o pospeševanju turizma je bil sprejet leta 1998, vendar se je vlada glede na številne kritike ter probleme, ki so se pojavili po sprejetju zakona, odločila, da pripravi nacionalno turistično strategijo, ki bi določala delovanje osrednjih institucionalnih akterjev v turizmu. Poleg tega pa strategija predstavlja samo vizijo turizma, ki naj bi kot usmerjevalna paradigma delovala na prakso turizma na lokalni, regionalni ter nacionalni ravni. Strategija je vladni dokument, ki opisuje vladno politiko turizma v obdobju med letoma 2002 in 2006. Pripravil jo je dr. Bogomir Kovač s svojimi sodelavci. Dr. Kovač je profesor ekonomije na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani. Znan je po svoji specializaciji v modernih teorijah podjetništva, kar odseva tudi podjetniški duh same strategije.

Strategija slovenskega turizma 2002–2006 (SST) je postavljena kot odgovor na situacijo znotraj turistične industrije, ki je nastala z uvedbo Zakona o pospeševanju turizma leta 1998. Avtorji strategije trdijo, da je bil zakonodajni pristop k regulaciji aktivnosti znotraj turistične industrije preveč preskriptiven. Po eni strani je zakonodaja določala institucionalni okvir za turizem na lokalni in nacionalni ravni, kar je zadevalo tudi ustanovitev Slovenske turistične organizacije, omrežje lokalnih turističnih organizacij ter Ministrstva za turizem, ki je bilo leta 2000 priključeno Ministrstvu za gospodarstvo. Nadalje je zakonodaja tudi določala status

in vlogo civilnih turističnih organizacij – Turistične zveze Slovenije ter omrežja 520 turističnih društev po vsej Sloveniji – ter priznala vlogo interesnih združenj. Po drugi strani pa je po mnenju avtorjev strategije visoko število institucionalnih akterjev, delujočih v turistični sferi, poleg uvedbe novih institucij v obliki lokalnih turističnih organizacij pripeljalo do tega, da v turizmu prevladuje občutek negotovosti glede vloge in pristojnosti obstoječih institucij. To stanje je v strategiji opredeljeno kot hiperinstitucionalizacija turizma. Nadalje so bile vloge in odgovornosti institucionalnih akterjev v aktualni zakonodaji preveč preskriptivno določene, zaradi česar je prišlo do pomanjkljivega ustvarjalnega sodelovanja obstoječih institucij. Ob pregledu stanja po treh letih po uvedbi Zakona o pospeševanju turizma so avtorji strategije prišli do zaključka, da zakon ni uspel povezati ali spodbuditi sodelovanja med turističnimi subjekti (SST: 8).

Cilj strategije je določiti tako organizacijo turizma, ki bi omogočala razvoj potenciala turizma kot enega izmed »temeljnih stebrov uravnoteženega gospodarskega, socialnega in okoljskega razvoja« (SST: 1). Razvoj turistične industrije naj bi bil eden izmed strateških interesov Slovenije. Po mnenju avtorjev je glavni razlog za to v tem, da turizem predstavlja znatne gospodarske možnosti, medtem ko temelji na ravno tistih dejavnikih, ki so tudi pogoji za trajnostni gospodarski razvoj: neoporečno okolje, dobro zavarovani naravni viri in dinamična družba, ki se zaveda lastne zgodovinske ter kulturne dediščine in ju tudi ceni. Nadalje je turizem predstavljen kot učinkovita vzpodbuda za regionalni razvoj, kar je za Slovenijo zelo potrebno. Poleg tega naj bi turizem imel tudi veliko multiplikacijskih učinkov glede na težnjo, da se v turizmu povezujejo ekonomski akterji iz različnih gospodarskih sektorjev (SST: 4.).

Avtorji strategije predstavljajo zaskrbljujočo podobo razvoja slovenskega turizma od osamosvojitve Slovenije dalje, ki naj bi prestajal obdobje stagnacije. Cilj turistične strategije je, da bi do leta 2006 Slovenija ponovno dosegla stanje turističnega razvoja, kakršnega je imela leta 1991. Poleg investicij s strani države, ki bi bile potrebne, da bi se zastavljeni cilj uresničil, strategija tudi predstavlja nov pristop k turistični praksi, ki naj bi spodbujal turistični razvoj. Nadalje predlaga tudi nov pristop k turistični politiki v obliki partnerstva med ključnimi turističnimi akterji: turistična podjetja in podjetniki, turistična območja, lokalne skupnosti, civilna družba in država.

Avtorji citirajo dejstvo, da 14 največjih slovenskih turističnih podjetij zasluži več kot polovico celotnega turističnega prihodka v turizmu. Zaradi tega se strategija osredotoča na model delovanja, ki bi spodbudil gospodarsko uspešnost ostalih 7500 poslovnih subjektov, ki skupaj pred-

stavlja drugo polovico prihodkov. Model, ki ga predstavljajo v ta namen, temelji na spodbujanju gospodarskega povezovanja (SST: 7–10).

Turizem je v strategiji predstavljen kot integralen proces, ki ni omejen na turistične znamenitosti ter storitve, ponujene turistom med njihovim obiskom, ampak zajema vse, kar turisti doživljajo med svojim dopustom. V tem smislu pa bi si lahko predstavljali vso državo kot turistično destinacijo in vse, kar turisti doživijo med svojim obiskom na neki turistični destinaciji, kot turistične produkte in storitve. Ravno zaradi te integralne dimenzije turizma napredek v turizmu temelji na zagotavljanju učinkovitega sodelovanja in koordinacije med akterji v turizmu, po možnosti v obliki partnerstva med javnim in zasebnim sektorjem, čemur je posvečena osrednja pozornost v strategiji.

Jedro strategije predstavlja organizacijski model obstoječih družbenih akterjev, delujočih v turizmu na lokalni, regionalni in nacionalni ravni. Gre za podjetniški model, ki ni več preskriptiven, razen v tem, da določa pristojnosti in odgovornosti različnih nacionalnih ter lokalnih institucij, ki delujejo v turizmu. Sodelovanje med turističnimi akterji na vseh ravneh naj bi bilo prostovoljno in v skladu z njihovimi lastnimi interesi, pa naj bodo ekonomski, družbeni, politični, ekološki ali drugačni. Model in vloge, ki so dodeljene različnim institucijam, naj bi spodbujali sodelovanje med družbenimi akterji, zlasti na gospodarski ravni, čeprav model oblike sodelovanja ne določa vnaprej. Ekonomski akterji naj bi imeli možnosti, da se včlanijo v tiste turistične organizacije oziroma združenja, za katere sami menijo, da najbolje služijo njihovim interesom; tako – na podlagi procesa, ki bi se odvijal po podjetniški, tržni logiki – bi se oblikovalo institucionalno omrežje, ki bi bilo najprimernejše za vsak turistični kraj (SST: 53).

Model partnerstva predstavlja pomemben premik v konceptualizaciji turistične politike ter turistične prakse, zlasti kar se tiče vloge države, ki je bila do sedaj organ, ki je reguliral turistično prakso in določal ter financiral turistični razvoj. V pričujočem modelu pa država še vedno regulira turistično industrijo s tem, da določa status različnih gospodarskih akterjev ter njihovo odgovornost pred zakonom, da zavaruje javni interes. Poleg tega skupaj s predstavniki drugih turističnih institucij prispeva k oblikovanju ter izvajanju turistične politike na nacionalni ravni. Ta politika ob določanju ciljev, ki so zastavljeni v nacionalni turistični politiki, določa tudi vloge, odgovornosti ter obveznosti vsake institucije. Premik države od preskriptivne vloge je razviden tudi v kontekstu državne finančne pomoči, ki je dodeljena za turistični razvoj. Država ali, bolje rečeno, Ministrstvo za gospodarstvo ne izplačuje sredstev za razvoj avto-

matično pa tudi vnaprej ne določa narave turističnih projektov, ki jih bo financiralo. Namesto tega država objavi razpis za prijavo projektov, za katere je edini ključni pogoj, da morajo biti skupni projekti. To pomeni, da sredstva iz strukturnih skladov, namenjena za turizem, niso dostopna za posameznike ali za posamezna turistična podjetja. Razpis Ministrstva za gospodarstvo je odprt za projekte, pri katerih sodeluje skupina med seboj povezanih turističnih akterjev. Prijave morajo odsevati integralni pogled na razvoj nekega turističnega kraja ter razumevanje, kako v kraju delujejo in učinkujejo različni vidiki turizma. Vsebina projektov s strani države ni vnaprej predpisana; namesto tega naj bi država s finančnimi spodbudami vplivala na premik v razmišljanju o razvoju turizma na terenu in na obliko sodelovanja med turističnimi akterji na lokalni ravni.

Po eni strani ta strategija temelji na presenetljivo dobro izdelanem pogledu na turizem in tudi formalno na trajnostni razvoj. Turizem ni zreduciran na vrsto ekonomskih transakcij, ampak je predstavljen kot način življenja, ki v idealnem kontekstu omogoča napredek in razvoj, ne da bi hkrati škodoval okolju ali kulturi morebitnih gostiteljev. Tako predstavlja strategija naravne lepote Slovenije, njeno urbano življenje, zgodovinsko identiteto ter raznolike lokalne kulture kot nenadomestljive vire, ki sploh omogočajo turizem. Strategija tudi poudarja pomen investiranja v izobraževanje, da bi čim bolje usposobili kadre za delo v turistični industriji, kar tudi predpostavlja zavedanje vloge, ki jo igrajo posamezniki na vseh ravneh turizma.

Po drugi strani pa je težko spregledati dejstvo, da pogled na turizem v tej strategiji temelji na močni podjetniški logiki, ki prodira na vse ravni. Med mojimi sogovorniki v Bohinju so bili tudi mnogi, ki so se veselili uvedbe podjetniške dinamike v turistično politiko, saj so trdili, da večina njihovih kolegov sploh nima nobene podjetniške iniciative. Po njihovem mnenju ti kolegi le čakajo, da bi turisti prišli trkat na njihova vrata, namesto da bi se potrudili za goste, hkrati pa se pritožujejo, da občina ali država ne naredita dovolj, da bi pritegnili turiste v Bohinj.

Ta strategija torej predstavlja radikalno podjetniški pristop k turizmu. Stanje institucij na lokalni ravni služi kot dober primer. Če odmislimo vlogo občine, strategija ne določa več omrežja organizacij in združenj, ki naj bi koordinirala dejavnosti lokalnih turističnih akterjev. Namesto tega je obstoječe omrežje prepuščeno načelu nekakšnega ekonomskega darvinizma, kar pomeni, da naj bi lokalni turistični akterji s svojimi članarinami in sredstvi odločali, katere institucije je v določenem kraju smiselno vzdrževati in kako naj bi te institucije služile njihovim potrebam. Če bi potem bila neka organizacija učinkovita in koristna za razvoj

turizma v nekem kraju, bi turistični akterji že našli način, kako jo vzdrževati. To seveda predpostavlja, da so organizacije ekonomsko odvisne od svojih članov ter da imajo turistični akterji na razpolago dovolj sredstev za vzdrževanje organizacije. Čeprav je strategija točna v svoji diagnozi hiperinstitucionalizacije turizma, predstavlja predlagana rešitev dramatičen premik iz enega ekstrema v drugega, kar lahko tudi samo po sebi povzroči obilo negotovosti.

SST ne deluje kot abstrakten vladni dokument, ampak predstavlja turistično politiko, ki vpliva tudi na razvoj turizma v Bohinju. Eden izmed ukrepov, ki je najbolj odmeven v tem kraju, zadeva lokalno strukturo turističnih organizacij. V Bohinju so v skladu z Zakonom o pospeševanju turizma ustanovili Lokalno turistično organizacijo (LTO), kar je bil pogoj, da je občina Bohinj prejela status turističnega območja. Trajalo je kar nekaj časa, da si je LTO ustvarila organizacijski prostor v Bohinju in učinkovite odnose z drugimi lokalnimi organizacijami. LTO deluje v Bohinju le nekaj let in ker od uvedbe strategije ni več obvezen del institucionalnega omrežja, je soočena z negotovostjo ter morebitnimi spremembami v institucionalni turistični strukturi Bohinja. Nadalje lahko sistem financiranja s strani države tudi vpliva na delovanje turistične organizacije in drugih turističnih akterjev v Bohinju. Okrog LTO so sestavili dva projekta, za katera so dobili finančna sredstva od Evropske unije: prvega za gradnjo arheološkega parka Ajdovski gradec in drugega za razvoj destinacijskega menedžmenta.

Druga pomembna vizija turizma, ki bolj neposredno vpliva na družbeno realnost turizma v Bohinju, je tista, ki jo predstavlja občina Bohinj. V času mojega terenskega dela so potekale lokalne volitve po vsej Sloveniji: v Bohinju so izvolili novo županjo in seveda na novo sestavili občinski svet. Tovrstne spremembe so tudi povzročile pomemben premik pri občinski turistični politiki, saj prejšnja občinska oblast ni bila znana po poudarku na turizmu.

V nasprotju s prejšnjo občinsko vlado je sedanja poudarila pomen turizma za Bohinj, ki ima v občinski razvojni strategiji osrednje mesto. Razvojni strategija občine Bohinj predstavlja oceno trenutnega razvojnega stanja Bohinja s strani občine, vrsto razvojnih ukrepov, ki jih občina predlaga, vlogo, ki jo občina prepisuje turizmu, ter vizijo turističnega razvoja, ki jo občina načrtuje za Bohinj. Poleg tega strategija oriše tudi odgovornosti občine za uresničitev strategije razvoja.

Razvojni strategija, ki jo je izdelala občina, je narejena tudi kot kritična ocena trenutnega stanja razvoja v Bohinju. Bohinj je predstavljen kot ena izmed najmanj razvitih občin na Gorenjskem. Sodeč po statistič-

nih podatkih, navedenih v strategiji, so povprečne mesečne plače zaposlenih v Bohinju nižje kot v drugih občinah zgornje Gorenjske in tudi nižje od državnega povprečja (Razvojna strategija občine Bohinj 2004: 5, 8). Iz pregleda rasti plač v Gorenjskih občinah od leta 1999 to leta 2003 je tudi razvidno, da je razlika med plačami zaposlenih v Bohinju in zaposlenih po drugih gorenjskih občinah vedno večja. Nazaduje tudi uspešnost bohinjskih gospodarskih družb v primerjavi z uspešnostjo gospodarskih družb iz ostale gorenjske regije: leta 2002 so zaposleni v podjetjih, registriranih v Bohinju, v povprečju ustvarili samo 87 % dodane vrednosti povprečja Gorenjske (Razvojna strategija občine Bohinj 2004: 9–11).

37 % registrirane delovne sile v Bohinju oziroma 784 oseb se na delo vozi iz Bohinja drugam; le 100 oseb, zaposlenih v Bohinju, pa se vozi na delo v Bohinj od drugod. Eden izmed razlogov za veliko število občanov, ki se morajo zaposliti zunaj območja občine, tiči v tem, da večina razpoložljivih služb v Bohinju zahteva samo polkvalificirano delovno silo. To pomeni, da – sodeč po nacionalnih statističnih virih – obstaja znatno manj zaposlitvenih možnosti za tiste prebivalce Bohinja, ki imajo visoko izobrazbo. Ta realnost je predstavljena kot eden izmed mogočih razlogov za izseljevanje visoko izobraženih ljudi iz Bohinja, kar pomeni demografski problem za Bohinj, ki je že tako zelo redko naseljen. Ob vsem tem pa je vendarle treba dodati še bolj pozitiven podatek: Bohinj med gorenjskimi občinami izstopa po zelo nizki ravni brezposelnosti (Razvojna strategija občine Bohinj 2004: 7–8, 16, 31).

V luči teh dejstev razvojna strategija trdi, da splošni trendi kažejo na rastoč razkorak med razvojno ravno Bohinja in drugih gorenjskih občin, ki kažejo znake večjega gospodarskega razvoja. Relativno nizka uspešnost gospodarskih družb ter skromne zaposlitvene možnosti, ki ne privlačijo mladih, izobraženih ljudi, da bi ostali v občini, dajeta vtis, da se trendi upadanja ne bodo sami od sebe ustavili. Po mnenju avtorjev strategije bo sprememba gospodarskih trendov zahtevala mnogo truda in velike investicije. V tem kontekstu pa občina predstavlja svojo vlogo in svoj razvojni načrt, ki naj bi prispeval k ustvarjanju pogojev, da bi pritegnili investicije, potrebne za spodbudo razvoja Bohinja.

Turizem pa v občinski razvojni strategiji igra osrednjo vlogo. Strategija temelji na turizmu, upoštevajoč naravne danosti, ki določajo razvojne možnosti občine, zlasti glede na Triglavski narodni park. Avtorji strategije poudarjajo podobne lastnosti turizma, kot so bile omenjene v nacionalni turistični strategiji, vendar na način, ki je primeren za Bohinj. Tako denimo razvojna strategija omenja dejstvo, da ima turizem lahko tudi multiplikacijske učinke, kar pomeni, da bi razvoj turizma lahko tudi pozitivno

vplival na druge gospodarske dejavnosti v Bohinju, zlasti na kmetijstvo, trgovino ter storitve. Strategija nadalje opisuje turizem kot dejavnost, ki pripomore k varovanju naravne in kulturne dediščine. Ta lastnost turizma je zelo relevantna za primer Bohinja, saj več kot polovica občine spada na območje Triglavskega narodnega parka. To je realnost Bohinja, ki ima velik vpliv na mogoče oblike razvoja in predstavlja tudi enega izmed glavnih razlogov za strateški poudarek na turizmu. Turizem je predstavljen kot gospodarska dejavnost, ki takšne danosti, ki bi bile v drugih kontekstih lahko ocenjene kot restriktivne, razume kot prednosti. Tako lahko prebivalci Bohinja, ki živijo na območju TNP, preko turizma razvijejo pozitiven odnos do svoje enkratne naravne in kulturne dediščine.

Občinska turistična strategija temelji na razvoju v smeri boljše kakovosti prenočišč v hotelih, penzionih in zasebnih sobah. Poleg tega se osredotoča na razvoj t. i. izvenpenzijske ponudbe, ki vključuje aktivnosti, programe ter znamenitosti, ki gostom dopolnjujejo izbor turističnih atrakcij med njihovim bivanjem v Bohinju (Razvojna strategija občine Bohinj 2004: 24–26).

Poleg tega pa občina predstavlja razvoj turizma kot možno sredstvo za spodbudo razvoja kmetijstva. Možnosti v kmetijstvu so določene z naravnimi danostmi bohinske pokrajine, ki leži predvsem na gorskem in visokogorskem območju. Kot je bilo omenjeno v prejšnjih poglavjih, kmetijstvo nikoli ni moglo biti osrednja dejavnost gospodarskega življenja v Bohinju, kot je bilo železarstvo, kljub temu, da je bilo vedno njegov nepogrešljiv del, enako kot živinoreja. Vsa bohinska pokrajina je bila družbeno določena s kmetijstvom in pašništvom; vsaki vasi je bila dodeljena zemlja v dolinah ter na visokogorskih pašnikih, kjer se je vsako poletje pasla živina.

Avtorji občinske turistične strategije trdijo, da bi turizem lahko pripomogel k preprečevanju deagrarnizacijskih procesov, ki so nastopili po drugi svetovni vojni, k oživitvi določenih kmetijskih praks ter k izkoriščanju naravnih potencialov zemlje. Od 158 zabeleženih kmetij v Bohinju jih je že 90 registriranih kot bioloških, še dodatnih 35 pa je v postopku za pridobitev certifikata (Razvojna strategija občine Bohinj 2004: 27). Najboljši način za preživetje kmetij, vključno z biološkimi kmetijami, je pridobiti stalen vir strank oziroma kupcev (turistov), ki bi cenili naravne ali biološke izdelke in bi bili zanje tudi pripravljeni plačati ustrezno višjo ceno. V strategiji je pridelovanje bioloških izdelkov predstavljeno kot ena izmed mogočih blagovnih znamk Bohinja, ki bi lahko bila tudi sestavni del podobe Bohinja kot turističnega kraja. Takšna blagovna znamka bi lahko preoblikovala dosedanji odnos med kmetijstvom in turizmom, ker

bi kmetom omogočila, da bi lahko učinkoviteje združili obe dejavnosti namesto prisilne izbire med eno ali drugo. Turistične kmetije bi lahko predstavljale idealno rešitev, ki se je dobro izkazala drugod po Sloveniji. V Bohinju je trenutno samo ena turistična kmetija in še to so odprli šele pred kratkim.

Poleg načrtovanja občinskega razvoja je v strategiji občini dodeljena dodatna razvojna odgovornost v zvezi z investicijami. Občina si je dodelila vlogo pospeševalca, ki naj bi prispeval k ustvarjanju takšnih pogojev v Bohinju, ki bi privlačili čimveč zasebnih investicij. Zakaj pa ravno zasebne investicije? Občina utemeljuje potrebo po zasebnih investicijah na oceni ekonomskih zmogljivosti občanov Bohinja ter na oceni ekonomske moči same občine. Strategija poudarja dejstvo, da ima občina Bohinj z razmeroma majhnim številom prebivalcev zelo malo ekonomske moči, kar kažejo navedeni statistični podatki, denimo stopnja investicijske naravnosti občine, ekonomičnost delovanja občinske uprave in odhodki za upravo. Ti podatki poudarjajo dejstvo, da Bohinj kot relativno majhna občina ne more biti pomemben investitor v svoj razvoj (Razvojna strategija občine Bohinj 2004: 16–17).

Občina dejansko uporablja ta argument tudi v luči tistih obveznosti, ki običajno pripadejo občini in katerih izpolnjevanje je na splošno pojmovano kot predpogoj za nadaljnji splošni razvoj celotne občine in tudi bohinskega turizma. Ti osnovni problemi, ki so mi jih sogovorniki večkrat omenili, zadevajo slabo stanje komunalne in prometne infrastrukture, saj ne zadostujeta trenutnim potrebam prebivalcev občine in predstavljata ekološko grožnjo parku. Avtorji strategije priznavajo, da urejanje komunalne in prometne infrastrukture spada v pristojnost občine. Vendar tudi pripominjajo, da tovrstne naloge zaradi prisotnosti Triglavskega narodnega parka in zaradi odločitev, sprejetih na nacionalni ravni glede ekoloških standardov, ki naj bi jih upoštevali v skladu s predpisi Evropske unije, presegajo pristojnosti občine (Razvojna strategija občine Bohinj 2004: 12). Tako so obveznosti, ki naj bi bile izpolnjene na občinski ravni, predstavljene kot problem, ki naj bi se reševal na nacionalni ravni; strategija tudi ne omenja nobenega predloga, ki bi določal, kako naj bi se rešili ti osnovni problemi, ki so tudi predpogoj za razvoj turizma.

Občina tako opušča določene tradicionalne naloge in si v zameno dodeljuje novo vlogo pospeševalca zasebnih investicije v občini. Ta sprememba pa ni konsistentno vključena v strategijo. Po eni strani avtorji strategije poudarjajo potrebo, da mora biti kakovost turističnih storitev na isti ravni, kot so naravne lepote bohinske pokrajine (Razvojna strategija občine Bohinj 2004: 33). Vendar po drugi strani zaenkrat ni omenjen

noben načrt (niti na državni ravni) za prenovo in adaptacijo osnovne infrastrukture v občini, kar je v strategiji opisano kot predpogoj za nadaljnji razvoj turizma. Istočasno pa občina utemeljuje svojo vlogo pospeševalca na trditvi, da so zasebne investicije ključ turističnega razvoja. Občina pričakuje, da bodo zasebni investitorji priskrbeli sredstva za razvoj turizma v smeri, ki jo je določila v svoji razvojni strategiji: ponujati bolj kakovostna prenočišča, zlasti na ravni hotelov ter penzionov, ter razviti zunajpenzi-
onsko ponudbo.

V Bohinju obstaja veliko stereotipov o Triglavskem narodnem parku, zlasti v zvezi z vlogo zavoda TNP v razvoju turizma. Čeprav se po eni strani znaten odstotek družbenih akterjev, ki se v Bohinju ukvarjajo s turizmom, zaveda pomena parka kot turistične znamenitosti, obstajajo zelo glasno izražena mnenja o tem, kako park ovira uresničevanje vseh možnosti pri razvoju turizma. V tem kontekstu je zavod TNP običajno orisan kot represivni organ, zlasti v zvezi z gradnjo ali širitvijo turistične infrastrukture parka. Nadalje predstavnike parka kritizirajo zato, ker naj bi bili nekonsistentni pri uveljavljanju predpisov glede razvoja znotraj meja parka; komentar naj bi se nanašal predvsem na domnevno legalizacijo vikendov, ki so bili ilegalno zgrajeni znotraj parka. Legalizacija na črno zgrajenih vikendov deluje kot znak, da predpisi ne veljajo za vse in da imajo lastniki vikendov v parku več možnosti kot sami domačini, ki so strožje nadzorovani.

Čeprav zavod TNP sploh ni represiven organ, se predstavniki parka zavedajo, da uveljavitve Zakona o Triglavskem narodnem parku leta 1981, ki je pomenil širitev parka do sedanje velikosti, niso pozitivno sprejeli tisti, ki so takrat postali prebivalci parka. Ta odločitev je bila sprejeta na nacionalni ravni in mnenja tistih, ki naj bi po novem zakonu spadali v park, niso bila upoštevana. Poleg tega je zavod TNP nastal na podlagi kadrov iz Gojitvenega lovišča Triglav. Lovski čuvaji so bili počasi, z dodatnim izobraževanjem, prekvalificirani v naravovarstvene nadzornike. To je pomenilo, da tudi zavod TNP v sedanji obliki ni nastal čez noč. V zadnjih 24 letih in zlasti po letu 1992 lahko opisujemo zgodovino TNP-ja kot dolgoletni napor zavoda, da bi vplival na to, kako prebivalci parka sprejemajo pomen svojega življenja v parku, in da bi jim svetoval in pomagal, da bi spremenili svoj položaj v parku v njihovo lastno korist. Med nekaterimi družbenimi skupinami še vedno obstaja dokaj močan odpor do parka, kar dokazuje predlog referendumu leta 2003, s katerim naj bi določene vasi iz parka izločili. Vendar izid referendumu, na katerem se je velika večina prebivalcev teh vasi odločila, da ostanejo na območju parka, priča o tem, da je v zadnjih letih prišlo do premika v načinu, kako prebi-

valci teh vasi interpretirajo svoj odnos do parka. Seveda samo na podlagi izida referendumu ni mogoče natančneje določiti odnosa vaščanov do parka, mogoče pa je trditi, da je od negativnega sprejetja širitve parka leta 1981 prišlo do premika v pozitivno smer.

Zavod TNP nima nobenih razvojnih programov, ki bi izrecno zadevali turizem; napor zavoda so usmerjeni predvsem v razvoj podeželja in kmetijstva. Vendar je na podlagi analize programov, ki jih izvaja zavod, in narave razvoja, ki ga predstavniki zavoda želijo za območje parka, mogoče identificirati oblike turizma, ki naj bi sovpadale z idealno vizijo razvoja, ki ga zavod promovira.

Kot je bilo rečeno, park izvaja številne razvojne programe, zlasti glede kmetijskega razvoja. Ti programi so odraz ene izmed nalog, ki naj bi jih zavod TNP uresničeval: da se poleg varovanja naravne dediščine parka zavzema tudi za varovanje specifičnosti kulturne ter ekonomske dediščine območja, ki sodi v park. To pa naj ne bi pomenilo le oživljanja kulturne in ekonomske prakse, ki bi samo služili kot prikaz, kako je potekalo življenje v alpskem svetu, ampak bi tradicionalne kulturne in ekonomske prakse ohranili v rabi, da bi krajanom služile kot navdih za razvoj načinov, kako zase ustvariti življenje na območju parka. Namen teh programov ni prisiliti razvoj v parku v določeno smer, temveč nuditi informacijo, nasvete ter finančno pomoč tistim, ki se želijo udeležiti razpoložljivih programov.

Eden izmed programov, ki jih nudi zavod TNP, zadeva oživitev planin in sirarstva, ki je nekoč označevalo delo na planinah v poletnem obdobju. Kot je bilo omenjeno v prejšnjih poglavjih, je v Bohinju, tako kot tudi v drugih alpskih skupnostih, obstajal planšarski sistem, ki je določal, katere visokogorske planine so pripadale določeni vasi za pašo živine poleti. Planšarstvo je postalo v Bohinju družbeno pomembnejše ob koncu 19. stoletja, ko so začeli razvijati sirarstvo, deloma kot alternativni vir zaslужka ob koncu železarskega obdobja v Bohinju, ki je za večino prebivalcev predstavljalo način preživetja in življenja. Dolgoročni cilj, ki ga zavod želi doseči s programom, je nuditi spodbude za oživitev planin, katerih večina je opuščeni, kot možnega vira zaslужka za kmete, ki bi lahko svojo dejavnost širili na sirarstvo. To je eden izmed obstoječih kmetijsko-okoljskih programov, ki ga zavod izvaja skupaj z Ministrstvom za kmetijstvo in ki je sofinanciran s strani Evropske unije. Preko njega poteka financiranje infrastrukture, ki omogoča predelavo mleka po standardih, ki jih pripisuje država, in sofinanciranje pastirjev z namenom ohranitve paše, zlasti ekstenzivne paše.

Drugi pomemben program, ki ga izvajajo pri zavodu TNP, zadeva

ekološko kmetijstvo. Kot je bilo že omenjeno, je ekološko kmetijstvo v Bohinju dokaj razširjeno. Zavod TNP meni, da tak način obdelovanja zemlje dobro sovпада z varovanjem narave. Eden izmed mojih sogovornikov iz zavoda je trdil, da so kmetje po naravi najboljši naravovarstveniki, ker se zavedajo, da je njihovo preživetje odvisno od neoporečne zemlje, čistega zraka in čiste vode. Večina bohinjskih kmetov že obdeluje zemljo na pretežno ekološki način in zaradi tega jim ni bilo potrebno bistveno spremeniti načina dela, da bi pridobili registracijo oziroma certifikat za ekološko kmetovanje. V zavodu tudi trdijo, da ekološko kmetovanje za kmete predstavlja obliko kmetovanja, ki ima primeren ekonomski učinek. Ekološki kmetje dobijo subvencijo in zavod TNP je za kmete, ki bivajo znotraj parka, uspešno izbral še 20-odstotno povišanje subvencij. Poleg finančnih spodbud, s katerimi se sofinancira ekološko kmetovanje, pa so ekološki kmetje deležni dodatne koristi: ekološke pridelke lahko prodajo po višji ceni kot neekološke.

Za predstavnike zavoda predstavlja turizem tudi sredstvo, da bi imeli kmetje od tovrstnih programov še več koristi. Tako sta lahko denimo oživitvev planine in modernizacija sirarne predpogoj za ponudbo sira in drugih mlečnih izdelkov turistom na samih planinah. Na planinah bi lahko mleko in mlečne izdelke prodajali dražje kot v trgovinah za živila. Kmetje bi lahko na tak način tržili oživitvev planin kot turistično znamenitost, s čimer bi lahko pridobili stalen vir strank za svoje pridelke. Drugi primer, kako bi lahko turizem učinkovito povezali z ekološkim kmetijstvom, je razvoj turističnih kmetij. Oddajanje sob bi za kmete lahko pomenilo dodaten vir dohodka in turisti, ki bi prenočevali na kmetiji, bi lahko predstavljali trg za njihove ekološke izdelke. Nadalje bi lahko lastniki turističnih kmetij širili svoj krog strank na tiste turiste, ki prihajajo na kmetijo, da bi kaj pojedli, popili ali kupili kakšnega izmed ponujenih izdelkov. Čeprav je po Sloveniji veliko turističnih kmetij, je v Bohinju zaenkrat samo ena.

Za zavod TNP je turizem način, kako vključiti tradicionalne strategije v širše bohinjsko gospodarstvo, povezujoč kmetijsko dejavnost s turizmom. To pomeni tudi premik k obliki turizma, ki bi koristila širšemu krogu družbenih akterjev. Drugače rečeno, idealna vizija turizma, ki jo zagovarjajo predstavniki parka, bi v določeni smeri izkoristila multiplikacijske učinke turizma. Tak turizem ima svojo vlogo v tristopenjskem, dolgoročnem načrtu za razvoj podeželja na območju parka: 1. urediti infrastrukturo z namenom, da bi oživili in modernizirali kmečke prakse, in zagotoviti primerne subvencije za tiste, ki so zaposleni na območju parka; 2. povezovati te prakse z etablirano turistično industrijo ter gastronomijo kraja; 3. zagotoviti zaposlitvene možnosti za mlado generacijo.

Poleg izvajanja teh programov se zavod TNP ukvarja tudi z razvojem blagovne znamke Triglavskega narodnega parka, s katero bi bolje tržili tradicionalno narejene izdelke, ki so predelani znotraj parka, kot so denimo nogavice, volneni izdelki, piškoti, med, mlečni izdelki in domači rezanci. To bi pomagalo povezati tradicionalne gospodarske in kmečke dejavnosti z rastočo turistično industrijo. Tako so v zavodu ob Vodnikovi dvestoletnici razvili blagovno znamko z logotipom: narava – kultura – tradicija. Kot v drugih slovenskih institucijah, ki se ukvarjajo z blagovnimi znamkami, so tudi v zavodu razvili to blagovno znamko zato, da bi ustvarili ime za izdelke, ki izvirajo iz parka. Sprva so bili krajani zelo navdušeni, vendar je večina tega navdušenja minila ob spoznanju, da dodelitev blagovne znamke ni avtomatična in da je odvisna od vzdrževanja določene kakovosti; od potrditve, da sestavine, iz katerih so narejeni izdelki, resnično izvirajo z območja parka, pa do tega, da morajo tisti, ki se ukvarjajo s pridelovanjem živilskih izdelkov, opraviti higienski pregled. Takšne zahteve so potrebne za vzdrževanje kakovosti in imena blagovne znamke, saj bi v nasprotnem primeru izguba blagovne znamke lahko povzročila škodo turizmu. Sogovorniki so omenjali primer tirolske slanine, ki je bila ena izmed tirolskih blagovnih znamk. Tirolska je bila znana po svoji slanini. Ker pa je postala tirolska slanina tako cenjena, da je bilo po njej vedno več povpraševanja, so se Tirolci odločili na Tirolsko pretihotapiti nizozemsko slanino, da bi tako zadovoljili naraščajoče povpraševanje. Ko pa se je razvedelo, da tirolska slanina v resnici ne izvira s Tirolske, je blagovna znamka izgubila svoj pomen. Kljub tovrstnim nevarnostim imajo v zavodu načrte, da bi razvili blagovno znamko za izdelke, ki izvirajo z območja parka, in bi služila kot sredstvo za vzpostavljanje identitete oziroma imena za Triglavski narodni park.

Po mnenju mojih sogovornikov iz zavoda TNP lahko turizem predstavlja velike možnosti za ljudi, ki živijo znotraj parka, ob tem pa poudarjajo, da neomejen turizem v Alpah ni mogoč. Problem turističnega razvoja v parku obravnavajo kot del širšega problema, ki zadeva celotno alpsko območje, ker lahko neomejeni turizem na alpskem ekosistemu povzroči nepopravljivo škodo. Vendar v zavodu tega ne vidijo kot oviro za turistični razvoj, ampak kot eno izmed prednosti, saj globalni turistični trendi gredo v smeri uravnovešenega razvoja, Bohinj pa k sreči kot turistični kraj ni prekomerno razvit. Moji sogovorniki so tudi omenjali dejstvo, da hoteli ali penzioni, ki ležijo znotraj nacionalnega parka, drugod po svetu prejmejo dodatno zvezdico, kar je dokaz zaželenosti tovrstne lokacije ter turističnega ovrednotenja naravnih oziroma nacionalnih parkov. Predstavniki TNP-ja pa menijo, da se Bohinjci še ne zavedajo docela prilož-

nosti, ki jih predstavlja park in ki jih še niso začeli res izkoriščati. Razvoj turizma, ki bi temeljil na naravni in kulturni dediščini kraja in ju produktivno izkoriščal, ne pa ju čutil kot oviri za razvoj, nudi velike možnosti.

Ta pristop zavoda TNP k turizmu se močno razlikuje od stereotipne podobe parka kot institucije, ki nasprotuje in ovira turistični razvoj. V Bohinju krožijo številne zgodbe, da zavod TNP ni odobril načrtov za prenovo zasebnih hiš, penzionov in hotelov. Vendar so po mnenju predstavnikov zavoda prebivalci parka podvrženi istim predpisom za kakršne koli prostorske posege, ki veljajo tudi za druge državljane Slovenije. Nihče v Sloveniji ne more graditi hiše, kjer koli se mu zazdi, prav tako tudi ne more obnoviti svojega doma na lastni posesti na kakršen koli način. Poleg tega pa zavod nima pristojnosti, da bi kakšne posege zaviral, saj ima to pristojnost inšpekcijska služba. Edina stvar, ki jo lahko naredijo predstavniki zavoda, je prijava kakršnih koli ilegalnih posegov pristojnim organom.

Prenova hotelov pa je drugo vprašanje. Za prenovo hotelov na območju parka je potrebno dobiti soglasje zavoda TNP. Eden izmed glavnih razlogov za zavrnitev mnogih predlogov za prenovo hotelov je, da se je za koncepti prenove hotelov pogosto skrivala njihova širitev, kar pa je sporno, saj hoteli spadajo predvsem na osrednje območje parka, kjer naj se ne bi smela odvijati nikakršna pridobitna dejavnost. Nadalje morajo predlogi za prenovo hotelov, kot povsod po Sloveniji, izpolnjevati nekatere kriterije oziroma zahteve glede obstoječe infrastrukture in kakovosti posegov. Poleg tega pa večina hotelov stoji na osrednjem območju parka, kjer veljajo drugačna pravila.

Bolj realističen razlog za razkorak med dejansko politiko TNP-ja in prevladujočo podobo o TNP-ju izvira iz nasprotja med različnimi koncepti turizma. Zanimivo je, da je ob bežnem pregledu treh vizij o turizmu, ki so bile doslej obravnavane, videti, da imajo veliko skupnega. Vsi trije koncepti temeljijo na turizmu kot razvojni strategiji, ki predstavlja možnost multiplikacijskih učinkov turizma ter druge pozitivne učinke za splošni razvoj Bohinja (zlasti v zvezi s kmetijstvom). Vsi trije pristopi tudi trdijo, da na turizem ne gledajo zgolj kot na gospodarsko panogo, ampak kot na način življenja, in povezavo med Bohinjem in TNP-jem predstavljajo kot turistično prednost. Vendar se pod temi površinskimi podobnostmi skrivajo globoke razlike, ki se razkrijejo ob analizi, kako se na družbeni ravni rešujejo določena vprašanja oziroma problemi. Večina konfliktov, ki se odvijajo v Bohinju kot turistični pokrajini, zadeva strategije, s katerimi želijo nekateri družbeni akterji uresničiti svoj pogled na turizem in razvoj turizma.

Doslej smo obravnavali tri koncepte turizma, ki delujejo v Bohinju. Koncept slovenske strategije turizma predstavlja obliko turizma, ki je podvržena močni podjetniški logiki. Ta logika naj bi določala način medsebojnega delovanja turističnih akterjev ter omogočala uresničitev določene ravni uspešnosti turizma ter vsesplošnega ekonomskega razvoja. Občinska razvojna strategija predstavlja koncept turizma, utemeljen na zasebnih investicijah, ki bi omogočale razvoj takšnega turizma, ki bi privlačil »kakovostne«, bogate turiste. Ta idealna oblika turizma naj bi obrnila razvojni trend v Bohinju, ki je ena izmed najmanj razvitih občin na Gorenjskem. Tretji koncept turizma lahko opišemo kot različico uravnoteženega trajnostnega turizma, v katerem je turizem sredstvo za vzdrževanje in modernizacijo nekaterih tradicionalnih oblik življenja ter razvoj območja, ki spada v park. V tem kontekstu bi turizem omogočal domačinom dostojno preživetje in življenje, ki tudi ne bi bilo v nasprotju z osnovno filozofijo parka.

Teoretično bi lahko predvideli, na katerih točkah je mogoče, da bi nastopilo nesoglasje med temi tremi koncepti turizma. Vendar ti koncepti oziroma diskurzi ne delujejo zgolj na teoretični ravni, ampak prispevajo k razvoju določenih vprašanj in problemov v javnem prostoru, tako da lahko šele v praksi, tj. ob njihovi konkretni aplikaciji ocenimo pomen njihovih specifičnosti in razlik med njimi. Vsekakor pa v pričujoči obravnavi lahko identificiramo pomen osnovnih konceptov turizma v smislu reševanja konkretnih vprašanj, ki oblikujejo sedanost in bodočnost Bohinja kot turističnega kraja.

Družbene dimenzije turističnega kraja

Ena izmed posebnosti družbenega oblikovanja Bohinja kot turističnega kraja je, da se bohinjski turistični akterji glede osrednjih problemov v turizmu v bistvu povečini strinjajo med sabo. Večina doslej omenjenih problemov je takšnih, da se jih ne da rešiti na individualni ravni. Če pustimo ob strani vprašanje sezonske narave turizma in danosti naravne pokrajine Bohinja, eno izmed ključnih vprašanj zadeva stanje osnovne infrastrukture. To vprašanje zajema stanje kanalizacije, ravnanje z odpadki ter problem divjih odlagaljšč, stanje vodooskrbe, javne sanitarije ter stanje cest in sistem parkiranja. Veliko jih je zaskrbljenih nad zmogljivostmi obstoječe infrastrukture že za potrebe stalnih prebivalcev kraja, kaj šele ob visokih turističnih sezonah, ko je v Bohinju bistveno več ljudi in ko ob koncih tedna pride še na tisoče dnevnih obiskovalcev. Drugo vprašanje zajema

stanje turistične infrastrukture, vključno z nastanitvenimi možnostmi po hotelih, ter stanje smučarskih centrov, vključno z žičničarskimi napravami ter sistemi zasneževanja, pa tudi razvoj turističnih programov v skladu z načeli trajnostnega razvoja turizma. Končno pa dodatna kritična točka zadeva pomanjkanje učinkovitosti in medsebojnega sodelovanja institucij, pristojnih za spodbujanje in usmerjanje turističnega razvoja v Bohinju tako na občinski kakor tudi na državni ravni.

Druga skupna lastnost družbenih akterjev, ki se ukvarjajo s turizmom v Bohinju, je zavedanje, da uspeh turizma temelji na uspehu celotnega turističnega kraja. Eden izmed sogovornikov mi je razložil, da je treba turiste najprej privabiti v kraj, potem pa jih bo sam znal pripeljati v svoj penzion, lokal itn. Na ta način je nakazal družbene dimenzije turističnega kraja in da je usoda posameznih turističnih akterjev odvisna od uspeha celotne turistične pokrajine in njene podobe, od tega, kako so vzdrževani javni prostori, kakšno je stanje cest in druge infrastrukture, pa do tega, kako lokalna skupnost sprejema turiste in kako poslujejo in se vedejo drugi turistični akterji. Neki drugi sogovornik mi je svoj pogled na odvisnost posameznih turističnih akterjev od turistične pokrajine nasploh opisal s konkretnim primerom: razlagal je, kako se trudi posodobiti svoje zasebne sobe in za svoje goste urediti vrt, kar pa ima le omejen učinek, saj imajo v vasi težave s pobiranjem smeti in bo njegovega gosta, ko bo šel iz svoje sobe na sprehod po vasi, preganjal vonj po smeteh. Ta sogovornik svoj uspeh v turizmu razume kot povezanega z delujovanjem turistične pokrajine nasploh ter s primernim razvojem turizma v Bohinju.

Prav v tej vlogi družbenih akterjev, ki skupaj sooblikujejo turistično pokrajino in ki so od nje tudi odvisni, posamezniki izražajo svojo zaskrbljenost glede stanja obstoječe turistične infrastrukture, vključno s stanjem hotelov. Prepričani so, da stanje, v katerem so hoteli, meče slabo luč na celotno podobo Bohinja kot turističnega kraja. Kot je bilo že omenjeno v prejšnjih poglavjih, je bila infrastruktura hotelov vzpostavljena v sedemdesetih letih prejšnjega stoletja. Od takrat ni bilo pomembnih investicij v hotele, večina od njih je še vedno v lasti enega samega podjetja, Alpinum, d. o. o. Edini hotel, ki izstopa, je Hotel Jezero, ki je tudi edini hotel, ki ni v lasti Alpinuma.

Tako torej hoteli veljajo za nepogrešljiv del bohinjske turistične infrastrukture, čeprav predstavljajo samo eno tretjino vseh nastanitvenih možnosti v Bohinju. Hotelske kapacitete so na splošno ocenjene kot osrednji element bohinjske turistične ponudbe, element, ki do neke mere določa turistično podobo, ki jo lahko Bohinj kot turistični kraj promovira in ki tudi določa t. i. »kakovost«¹ turistov, ki jih je mogoče

privabiti v Bohinj. Seveda turistični akterji komentirajo tudi stanje zasebnih kapacitet v Bohinju ter občasno tudi kritizirajo tiste, ki podlegajo pritiskom tujih agentov po znižanju cen za prenočitve z namenom, da bi svoje kapacitete napolnili, namesto da bi skupaj vzdrževali določeno cenovno raven ter del dobička investirali v posodobitev nastanitvenih kapacitet. Slabo stanje zasebnih kapacitet razumejo kot negativen vpliv na turistično podobo Bohinja.

Trenutno stanje hotelov v Bohinju naj bi bilo tudi povezano z dejstvom, da tamkajšnji turizem še ni dosegel ravni izpred slovenske osamosvojitve. Kot smo že povedali, je bil Bohinj pred slovensko osamosvojitvijo močno odvisen od t. i. sindikalnega turizma oziroma turizma, ki so jih jugoslovanska podjetja subvencionirala za svoje uslužbence. Osamosvojitve Slovenije je tako postala pomemben preobrat za bohinjske hotele, ki so morali iskati nove stranke, da bi nadomestili sindikalni turizem. Seveda je v Bohinj vedno prihajalo veliko tujih gostov, ki pa so zaradi osamosvojitvene vojne ter vojn v Jugoslaviji v prvih letih po osamosvojitvi Slovenije prihajali v manjšem številu. Vendar po osamosvojitvi ni bilo nobenih pomembnih investicij, ki bi pripomogle k potrebnemu preobratu v hotelih. Stanje hotelov je povezano tudi s širšim vprašanjem iskanja primerne smeri za nadaljnji turistični razvoj v Bohinju.

Na prvi pogled bi predpostavljali, da vprašanje prenove hotelov predstavlja problem uskladitve interesov med lastniki hotelov in zavodom TNP in da se konflikt interesov osredotoča na vprašanje varstva narave. Vendar situacija ni tako enostavna, čeprav je verjetno v interesu določenih akterjev, da bi jo poenostavili in predstavili na ta način. Po eni strani je treba upoštevati, da zavod TNP ne nasprotuje prenovi hotelov niti samemu razvoju turizma. Nadalje lahko trdim, da v svojih terenskih raziskavah nisem naletela niti na eno osebo, ki bi nasprotovala prenovi hotelov. Srečala sem celo ljudi, ki so premišljevali o tem, da bi tujci lahko kupili hotele pod pogojem, če bi nastopali kot investitorji z dolgoročnimi interesi v Bohinju in z namenom investirati v hotele, ne da bi jih pri tem zanimal le minimalni dobiček, ki bi ga lahko dobili iz hotelov v sedanjem stanju. Tisti, ki so naklonjeni ideji tujih investitorjev, želijo take investicije, ki bi dolgoročno pozitivno vplivale na splošni razvoj bohinjske turistične pokrajine. V tej luči obstaja konsenz, da potrebuje bohinjski turizem močne investicije, ki bi spodbujale razvoj turizma, investicije, ki močno presegaajo finančno zmogljivost domačinov in tudi bohinjske občine.

Investicijske dileme

Investicije pa odpirajo nova vprašanja za Bohinj, ker imajo investitorji svoje interese, ambicije, pa tudi svojo vizijo razvoja turizma, ki bi jo želeli uresničiti v Bohinju. To je razvidno iz načina, kako se je v zadnjih letih spreminjala situacija glede hotelov v Bohinju. V tem času se je Alpinum, ki ima v lasti skoraj vse hotele ob Bohinjskem jezeru, začel lastniško prestrukturirati. Te lastniške spremembe so spremljali tudi premiki v načrtih Alpinuma glede njegovih hotelskih kapacitet: osredotočili so se na gradnjo novega hotela v bližini Bohinjskega jezera, na kraju, kjer naj bi nekoč načrtovali gradnjo drugega hotela, hotela Lev. Sprva je bilo načrtovano, da bi predlagani hotel imel 1000 postelj (500 hotelskih postelj in 500 v kampu), potem pa so načrte skrčili na 300 postelj in parkirišče za 250 avtomobilov.

Krajan predloga niso pozitivno sprejeli, zlasti ne tisti, ki živijo v bližini jezera. Leta 2002 je veliko prebivalcev vasi Stara Fužina, v kateri bi bil zgrajen hotel, podpisalo peticijo, s katero so protestirali proti gradnji hotela. Sklicali so tudi zbor krajanov, na katerem so izražali svoje skrbi glede učinkov novega hotela na obstoječi razvoj turizma. Stara Fužina ima samo 500 prebivalcev in gradnja hotela s 300 posteljami, kaj šele s 1000 posteljami, bi korenito spremenila vaško življenje. Prebivalci so bili zaskrbljeni glede učinka, ki bi ga imel nov hotel na obstoječe turistične kapacitete v vasi, bodisi zasebne sobe, apartmaje ali penzione. Menili so tudi, da bi moral Alpinum prej poskrbeti za obstoječe hotelske kapacitete v svoji lasti, preden bi se lotil gradnje novega hotela (Žalar 2002). Večina mojih sogovornikov, ki živijo v Bohinju, je nasprotovala gradnji novega hotela iz več razlogov. Glavni izmed njih je bil, da so že obstoječi hoteli ob jezeru imeli težave napolniti svoje kapacitete zunaj visoke sezone, zato so se spraševali, ali Bohinj res potrebuje nov hotel. Nadalje se ob takem predlogu seveda postavlja vprašanje, zakaj Alpinum ne investira v svoje obstoječe hotele in se namesto tega odloča za povsem nov projekt. Dodaten razlog nasprotovanja tako velikega števila ljudi novemu hotelu je povezan s stanjem obstoječe komunalne infrastrukture, ki ne zadovoljuje stalnih potreb samih prebivalcev kraja, da o večjem številu turistov, ki bi prišli v Bohinj zaradi novega hotela, sploh ne govorimo. Poleg tega pa komunalna infrastruktura predstavlja velik problem za okolje parka, saj bi morala izpolnjevati mednarodne norme za varstvo okolja. Ob tem se logično zastavi vprašanje, ali bi obstoječa infrastruktura sploh lahko zdržala dodatno obremenitev z gradnjo hotela s 300 posteljami.

Predlagani hotel bi težko gradili na načrtovani lokaciji, ki spada v

območje Triglavskega narodnega parka. Zaradi tega dejstva so leta 2003 v občini Bohinj imeli referendum, v katerem so se prebivalci Stare Fužine, Studorja in Ribčevega Laza odločali, ali želijo ostati znotraj parka. Prebivalci so se kljub močni javni kampanji proti TNP-ju z veliko večino odločili, da želijo ostati v parku, ob tem pa so sprejeli vse obveznosti in odgovornosti, ki spremljajo to odločitev. Leta 2003 so tudi štirje člani parlamenta, ki so tudi bili zagovorniki gradnje novega hotela, v parlamentarno proceduro vložili predlog za nov Zakon o Triglavskem narodnem parku, kljub temu, da je vlada sestavljala novo različico zakona in jo usklajevala med posameznimi ministrstvi in drugimi vladnimi organi. Ena izmed sprememb, ki bi jih uvedli z novim zakonom, bi bil nov sistem razdelitve območja v parku, zlasti kar se tiče naselij v bližini jezera, ki naj bi bila po novem zakonu izločena iz parka. Na ta način bi z zakonom dosegli tisto, kar ni bilo mogoče ob referendumu, in bi kljub izraženi volji krajanov naselja v bližini jezera izločili iz parka.

Tako je vprašanje predlaganega hotela postalo žarišče, v katerem so se med seboj merili različni koncepti turizma in razvoja. Po mnenju zagovornikov gradnje novega hotela – med njimi najdemo trenutno županjo Bohinja ter štiri člane Državnega zbora – bi bil novi hotel izjemna razvojna priložnost za Bohinj. Prednosti tega projekta so predstavili kot pomembno investicijo v bohinjski turizem, ki bi krajanom nudila 150 dodatnih delovnih mest. Obstoječi novi hotel visoke kategorije bi po njihovem mnenju v Bohinj pritegnil novo (visoko) kategorijo turistov, saj bi nudil nastanitvene kapacitete in storitve, ki jih takšni gostje zahtevajo. Tak hotel bi tudi pozitivno prispeval k podobi Bohinja kot turističnega kraja nasploh. Nadalje, poudarjajo zagovorniki hotela, si večina Bohinjcev želi razvoja in napredka, česar naj ne bi dovoljevala obstoječa zakonodaja, ki predpisuje delovanje znotraj TNP-ja. Tako je na primer poslanec Državnega zbora Dušan Vučko v intervjuju opisal svoje razloge za podporo novemu predlogu za Zakon o Triglavskem narodnem parku: »... da mora postati Zakon o Triglavskem narodnem parku bolj življenjski in manj omejevalen ... Prepričan sem, da mora v naseljenih območjih življenje potekati nemotče. Seveda vse ne sme biti dovoljeno, vendar v teh okoljih niso potrebni strogi režimi varovanja.« (»Zakon je priložnost za Bohinj«. *Gorenjski glas*, 28. 11. 2003: 3) Na podoben način pa je sedanja bohinjska županja interpretirala odnos prebivalcev Bohinja do TNP-ja po izidu referenduma. »Če bi kdo vprašal domačine, na njihovem območju že ne bi bilo Triglavskega narodnega parka. To je sklenila država. Mi želimo živeti enako kakovostno kot drugi prebivalci Slovenije in uživati prednosti razvoja.« (Sušnik 2004)

Zagovorniki hotela se kažejo, kakor da delujejo v skladu z željami krajanov, češ da bosta predloga za novi hotel in prestrukturiranje parka v Bohinj prinesla razvoj in napredek. Njihovi predlogi za hotel in za park naj bi prispevali k drugačnemu razvoju turizma, ki naj bi bil bolj življenjski ali človeški, saj bi odpravil ali olajšal ovire, ki naj bi jih za normalen napredek predstavljal park. Njihova vizija turizma naj bi Bohinju omogočala ravnotežje med potrebami turističnega razvoja in predpisi, ki določajo vsakodnevno delovanje TNP-ja.

Predlagatelji teh ukrepov zagovarjajo vizijo turističnega razvoja, v katerem Triglavski narodni park igra posebno vlogo. Vlogo parka naj bi omejili na turistično znamenitost, ki je pozitivno ocenjena, če jo je mogoče izkoristiti za turizem in če ne predstavlja nobenih ovir za turistični razvoj. Gradnja novega hotela je prikazana kot tista spodbuda, ki jo potrebujeta tako razvoj turizma v Bohinju kakor tudi razvoj Bohinja nasploh. V tej logiki je TNP ocenjen kot ovira za razvoj in zaradi tega je vprašanje novega hotela s strani zagovornikov hotela predstavljeno kot konflikt med TNP-jem in graditelji hotela.

Če bi konflikte v zvezi z gradnjo novega hotela predstavljali kot nasprotje med zagovorniki in nasprotniki razvoja, bi spregledali mnenje krajanov, in to ne le v zvezi z novim hotelom, ampak tudi v zvezi s predlaganim zakonom. Septembra leta 2003 je bohinjski občinski svet glasoval za prilagoditev sestavin prostorskega plana Bohinja za območje Ribčevega Laza in Stare Fužine, kar naj bi omogočalo gradnjo novega hotela s 300 posteljami. Vendar je kljub odločitvi občinskega sveta veliko krajanov izrazilo svoje nasprotovanje temu predlogu z ustanovitvijo iniciativnega odbora, ki ga vodi Jernej Erlah, proti gradnji hotela v Stari Fužini. Nadalje je Jože Hodnik, prebivalec Bohinja, ki tudi dela v zavodu TNP, vložil predlog za referendum, ki naj bi ga izpeljali na občinski ravni in na katerem naj bi se odločili o gradnji hotela. Predlog je podpisalo 112 krajanov in je tudi užival podporo sveta krajevne skupnosti. Županja je predlog za referendum zavrnila, kar je predlagatelje spodbudilo, da so na upravno sodišče vložili pobudo za razveljavitev občinskega slepa o nameravani gradnji; sodišče je odločilo v prid krajanom. Županja se je proti odločitvi pritožila na višjem upravnem sodišču, ki pa je potrdilo odločitev upravnega sodišča (Rakovec 2005).

Poleg nasprotovanja odločitvi občinskega sveta za gradnjo novega hotela so Bohinjci tudi odločno nasprotovali spremembam v statusu TNP-ja, ki jih vsebuje Zakon o Triglavskem narodnem parku, ki je bil v parlamentarni proceduri. Po njihovem mnenju ne le da ne bi smeli parka zmanjšati, nekateri so celo zagovarjali stališče, da bi morali park

razširiti in vanj zajeti še večji delež Bohinjske občine ter da bi park moral dobiti več pristojnosti. Moji sogovorniki so tudi izražali zaskrbljenost, da bi nedoslednosti ter dvoumnosti v zakonu, ki so ga predlagali štirje člani Državnega zbora, omogočale številne zlorabe. Na okrogli mizi, ki jo je na Bledu pripravilo Gorenjsko ekološko združenje, so bil tudi občani Bohinja, ki so prišli v vlogi občanov in predstavnikov civilnih organizacij kot Civilna iniciativa ter Iniciativni odbor proti gradnji hotela v Stari Fužini. Po njihovih izjavah sodeč je razvidno, da si prebivalci želijo zakona, ki bi okreplil položaj TNP-ja in preprečeval kapitalske projekte, kot je načrtovana gradnja hotela. Glede na to, da prebivalcem na lokalni ravni ni uspelo preprečiti gradnje hotela, so pričakovali, da bi na nacionalni ravni z zakonodajo uspeli dokončno zavarovati jezersko obalo.²⁸

Naslednja kritika, naslovljena na zagovornike predlaganega Zakona o Triglavskem narodnem parku, je, da se tisti, ki so zakonodajo napisali, niso posvetovali z drugimi prebivalci parka, prav tako tudi ne s predstavniki zavoda TNP, ki so skozi leta sodelovali pri amandmiranju regulative, ki je vplivala na vlogo TNP-ja, in ki so tudi sodelovali pri oblikovanju osnutka novega Zakona o Triglavskem narodnem parku, ki še ni v parlamentarni proceduri; niti se naj ne bi posvetovali s strokovnjaki, specialisti za TNP in njegov razvoj. Kar se prebivalcev Bohinja tiče, so bili mnenja, da načrt turističnega razvoja, ki temelji predvsem na hotelih, ne sovпада z vizijo turizma, ki prevladuje med lokalnimi turističnimi akterji Bohinja. Njihova idealna vizija turizma je utemeljena na razvoju zasebnih kapacitet, zlasti v obliki penzionov in majhnih družinskih hotelov. Tovrstne kapacitete naj bi predstavljale obliko turističnega podjetja, ki naj bi ponujalo največ možnosti samim prebivalcem Bohinja, možnosti, ki so ocenjene bolj pozitivno kot pa morebitna delovna mesta v načrtovanem hotelu. Moji sogovorniki so večinoma menili, da bi omrežje takih nastanitvenih kapacitet tudi bolje sovpadalo z obstoječo obliko turizma, ki se razvija v Bohinju in v TNP-ju nasploh. Nekateri so tudi navajali, da je takšna oblika turistične infrastrukture pravilo v drugih alpskih krajih po Evropi, zlasti v Avstriji, Italiji, Švici ter v Franciji. Ob tem so tudi izražali skrb, da turisti visoke kategorije, ki naj bi bili morebitni gostje novega hotela, ne bi želeli priti v odmaknjen kraj, kot je Bohinj, saj imajo na razpolago toliko drugih mondenih turističnih krajev. Ta skrb se je nanašala tudi na vprašanje, ali bi se turisti, ki naj bi bili gostje načrtovanega hotela, sploh udobno po-

²⁸ Zapisnik okrogle mize, ki je potekala na Bledu dne 20. 5. 2003 ob 17. uri, je dostopen na spletnih straneh Gorenjskega ekološkega združenja: <http://users.volja.net/gezsl0/AKTUALNO%201.htm>.

čutili v turistični krajini, ki je posvečena bolj naravni obliki turizma in ki običajno privlači drugače turiste.

Leta 2003 so se lastniki Alpinuma odločili, da bodo dali svoje hotele v najem. Tega ukrepa niso dobro sprejeli drugi družbeni akterji v Bohinju, ki na najemnike gledajo kot na ljudi, ki ne nameravajo dolgoročno ostati v Bohinju in katerih prihod v Bohinj je povezan samo s kapitalskimi interesi. Najemniki ne bi veliko vlagali v hotele, ker to, logično, ne bi služilo njihovim domnevnim kratkoročnim interesom. Ob tovrstnih ukrepah Alpinuma se samo še pogosteje pojavljajo dvomi o vlogi Alpinuma pri oblikovanju bohinske turistične pokrajine ter dvomi o njegovih motivacijah in ciljih v zvezi s hotelom, ki ga želi graditi. Dejanja Alpinuma kot tudi ekonomskih akterjev, ki jim Alpinum oddaja svoje hotele, Bohinjci ocenjujejo kot izraz njihovih kratkoročnih interesov, ki se naj ne bi pokrivali z interesi krajanov.

Na podlagi referendumskega izida leta 2003 bi lahko trdili, da prebivalci Bohinja ne vidijo TNP-ja kot ovire za razvoj, ampak kot osrednji element identitete Bohinja ter vizije bohinskega turizma. Zagovorniki novega hotela ter nove zakonodaje o parku, ki so pokazali zelo malo zaskrbljenosti nad učinki, ki bi jih načrtovane spremembe imele na okolje in družbo, so obravnavani kot ljudje, ki nameravajo izvesti neki poseg, ki je v svojem bistvu bohinski turistični pokrajini tuj. V tem kontekstu se pridevnik tuj nanaša na koncept turizma, povezan z načrtovanimi ukrepi. Poleg tega zagovorniki projekta vztrajajo pri načrtu gradnje hotela kljub močnemu nasprotovanju domačinov. Prebivalci pa projekt ocenjujejo kot primer vdora kapitala, čigar interes v Bohinju ali TNP-ju je določen le s tem, kolikšen je lahko kratkoročni dobiček, ne glede na posledice za sam Bohinj. Nadalje je načrtovani projekt opredeljen kot investicija z dvomljivim izvirom kapitala, saj obstajajo utemeljeni sumi, da je kapital, ki naj bi prihajal v Bohinj, del tistega denarja, za katerega so bili ogoljufani investitorji v Zbiljski Gaj (Felc 2003; Markeš 2003; Rakovec 2005; Valentar 2003). V tej luči ni presenetljivo, da se je dvom nad izvorom kapitala zlasti v javnih medijih potem razširil tudi na same razvojne načrte tistih, ki naj bi gradili nov hotel v Bohinju. Številni prebivalci so se zaradi dvomljivosti celega projekta opredelili za širitev parka v upanju, da bi bil okrepljeni zavod TNP najboljši način, da bi zavarovali Bohinj pred kakršnimi koli investicijami dvomljivega značaja.

Bohinski iniciativni odbor za ohranitev narodnega parka se je združil z mnogimi nevladnimi organizacijami, ki delujejo bodisi na regionalni bodisi na nacionalni ravni; skupaj so ustanovili Koalicijo nevladnih organizacij za ohranitev Triglavskega narodnega parka pod

vodstvom Vojka Bernarda. Cilj te koalicije je lobirati za umik predlagane zakonodaje o Triglavskem narodnem parku iz parlamentarne procedure. Tako so se prebivalci Bohinja učinkovito odzvali na »nacionalizacijo« vprašanja gradnje načrtovanega hotela ter razvoja turizma s strani zagovornikov gradnje hotela, ki tudi podpirajo predlog Zakona o Triglavskem narodnem parku, ker bi olajšal njihovo investicijo v Bohinju. Delovanje znotraj te koalicije je pomenilo vključitev novih strategij ter nove dinamike v konfliktu interesov, ki je na lokalni ravni zastal. Koalicija je sponzorirala okrogle mize, sklicevala tiskovne konference, da bi osvetlila nevarnosti, ki jih predlagani zakon predstavlja za naravno in kulturno dediščino parka. Sestavili ter objavili so številna odprta pisma in spomenice, naslovljene na predstavnike vlade, v katerih so izražali svoje nestrinjanje s predlaganim zakonom in pozivali k umiku predloga zakona z dnevnega reda. Nadalje so vztrajno opozarjali na sporno zakonodajo, zlasti ko je bil po državnozborskih volitvah predlog zakona zopet vložen v parlamentarno proceduro ob koncu leta 2004. Poleg tega so tudi sestavili lastno različico predloga Zakona o Triglavskem narodnem parku (Branc 2004; Kopusar 2004; Račič 2004).

V skladu s stališčem, ki ga zagovarjajo Bohinjci, člani koalicije nevladnih organizacij niso samo nasprotovali oženju parka, ampak so zagovarjali njegovo širitev ter okrepitev njegovega statusa, da bi zagotovili varovanje naravne in kulturne dediščine parka. Tisto, kar pa je bilo v aktivnosti koalicije specifično, je dejstvo, da so predstavljali bodočnost parka kot nacionalno vprašanje, ki presega odgovornost tistih, ki v parku živijo. Njihov pristop je temeljil na nacionalnem pomenu TNP-ja za Slovence. V spomenici za ohranitev Triglavskega narodnega parka, ki je bila naslovljena na Državni zbor in slovensko vlado, je koalicija nevladnih organizacij poudarjala odgovornost slovenske vlade, ki je eksplicitno zapisana v slovenski ustavi. V ustavi je namreč zapisano, da slovenska vlada »skrbi za ohranjanje naravnega bogastva in kulturne dediščine ter ustvarja možnosti za skladen civilizacijski in kulturni razvoj Slovenije« s tem, da zagotovi, da so »zakoni in drugi predpisi tudi na tem področju v skladu s splošno veljavnimi načeli mednarodnega prava in mednarodnimi pogodbami, ki obvezujejo Republiko Slovenijo.« Spomenica ob tem tudi poudarja dejstvo, da je TNP pomemben nacionalen simbol. »Območje Triglavskega narodnega parka je izjemno zaradi ohranjanja narave, zaradi kulturne krajine in številnih kulturnih spomenikov in ima za Slovence globok simbolni pomen.« Podpisniki spomenice so tudi poudarjali potrebo po varovanju parka kot nepogrešljivega dela slovenske narodne dediščine, ki je ogrožen na več načinov, med katere štejejo tudi »megalo-

manske načrte za hotele in druge dobičkonosne investicije, ki jim dobičke prinaša dejstvo, da so v narodnem parku.«.²⁹

Konference in okrogle mize so imele namen predstaviti in promovirati drugačen pogled na park, ki naj bi deloval kot alternativa podobi, ki jo promovirajo zagovorniki predloga zakona, ki so ga vložili v parlamentarno proceduro. ZRC SAZU, eden izmed članov koalicije, je ob koncu leta 2003 sklical posvet o bodočnosti parka. Posveta so se udeležili številni raziskovalci in strokovnjaki, ki so skupaj predstavili zgodovino raziskovanja znotraj parka. Zagovarjali so enkratnost naravne in kulturne dediščine, ki jo park predstavlja slovenskim državljanom. Poleg tega so se tudi lotili vprašanja ekoloških učinkov prihoda turistov v vedno večjem številu, kar vpliva na krhki alpski ekosistem. Njihove predstavitve ter argumenti so poudarjali pomen varovanja parka, ki je javno dobro in nacionalna vrednota kakor tudi nepogrešljiv element slovenske nacionalne identitete, hkrati pa so želeli poudariti grožnje, ki jih predlagani ukrepi predstavljajo za bodočnost parka.³⁰

Bodočnost TNP-ja in predlaganega hotela sta še vedno nerešeni vprašanji. Trenutno obstajata dva predloga Zakona o Triglavskem narodnem parku – prvega so predlagali člani Državnega zbora iz vrst LDS, drugega pa so napisali člani koalicije nevladnih organizacij. Vendar dejstvo, da zadeva miruje namesto da bi bila dokončno rešena, ne zmanjša pomena te diskusije kot prizorišča poskusov uveljavljanja različnih vizij o turizmu in razvoju bohinjske turistične krajine. Ivo Janez Cundrič, prebivalec Bohinja ter avtor pomembnega dela o dobi železarstva v Bohinju z naslovom *Pozabljeno bohinjsko zlato*, je objavil izjavo, v kateri opisuje svoje razloge za nasprotovanje predlogu Zakona o Triglavskem narodnem parku, ki so ga vložili štiri člani Državnega zbora. V njej omenja tudi kratko zgodovino drugih predlaganih posegov v jezerski prostor, vključno s predlogom iz leta 1954, da bi zgradili akumulacijsko hidroelektrarno Bohinjsko jezero – Soča, ter predloge za gradnjo večnadstropnih hotelov ob jezeru, zlasti na Vrtovinu ob jezeru leta 1968. V vseh teh primerih so tako domačini kakor tudi številni drugi državljani Slovenije igrali pomembno vlogo pri preprečevanju tovrstnih projektov, čeprav je moral v primeru akumulacijske elektrarne posredovati sam Tito. Cundrič citira pisanje Matjaža Kmecla leta 1968, v katerem je protestiral proti gradnji hotela pod Vrtovinom: »Ta model obstaja v potrošni sferi: zaslužek za

²⁹ Spomenico za ohranitev Triglavskega narodnega parka najdemo na spletni strani: http://www.drustvo-mws.si/sl/delovanje/pozivi/spomenica_tnp_2004.html.

³⁰ Več o posvetu najdemo na spletni strani <http://www.zrc-sazu.si/tnp>.

vsako ceno ... Vprašajmo se za zaključek, ali tiči dovolj trdno v naši zavesti, da današnja nezazidljivost bohinjskih obal ni rezultat zaostalosti naših prednikov, marveč dragoceno zavestno izročilo in dragocena dediščina, ki je kot generacija nimamo pravice enkrat za zmeraj zapraviti. Za nobeno ceno!» (Kmecl 1968, citiran v: Cundrič 2004) Ob prebiranju teh komentarjev bi si lahko predstavljali, da se nanašajo na trenutne spore okoli razvoja v Bohinju ter v parku. Iz tega lahko tudi sklepamo, da so kljub temu, da vprašanja glede hotela in parka niso dokončno rešena, tovrstni spori povezani s problemi, ki so stalnice turistične pokrajine Bohinj.

Ob analizi vplivov teh razprav na oblikovanje turistične pokrajine Bohinj se pojavlja vprašanje, ali jih je koristno ovrednotiti v smislu nasprotja med lokalnim in globalnim. Antropolog Peter Burns je razvil nekatere analitične kriterije, omenjene v drugem poglavju, na podlagi katerih je mogoče razlikovati med lokalnim ter globalnim pristopom k turizmu, ki ju opredeljuje kot razlike med konceptoma »turizem-kot-razvoj« in »turizem-kot-sredstvo-za-zadovoljitev-potreb«. Po njegovem mnenju je pristop »turizem-kot-razvoj« izraz globalnega pristopa k turizmu, v katerem se gostiteljska kultura povezuje z obstoječim globalnim omrežjem turistične industrije z namenom, da bi čim bolj povečali dotok turizma in dohodkov iz turizma ter čim bolj izkoristili turizem kot razvojno strategijo. Po drugi strani pa naj bi pristop »turizem-kot-sredstvo-za-zadovoljitev-potreb« predpostavljala lokalni pristop k turizmu, v katerem se daje prednost statusu gostiteljske skupnosti pred samim razvojem turizma, kar gostiteljski skupnosti omogoča, da določa, do katere stopnje se želi vplesti v globalni turizem glede na lastne potrebe in želje (Burns 1999: 113–115).

Ob podrobnem pregledu sporov, povezanih z bodočnostjo turističnega razvoja v Bohinju ter z bodočnostjo Triglavskega narodnega parka, bi lahko trdili, da so ti spori dosti bolj kompleksni kakor Burnsovo nasprotje med globalnim in lokalnim pristopom k turizmu. Seveda je v tem konfliktu določene akterje mogoče označiti kot zagovornike razvoja ter druge kot zagovornike interesov skupnosti; vendar je to le delna opredelitev stališč, ki jih zagovarjajo različni vpleteni akterji. Treba je priznati, da so v Bohinju zagovorniki različnih konceptov razvoja, ki jih težko označimo v smislu nasprotja med lokalnim in globalnim. Poleg tega pa je ta primer zanimiv tudi zato, ker se konflikti odvijajo na lokalni in na nacionalni ravni in ker se vsi tisti, ki so v te spore vpleteni, sklicujejo na nekatere globalne argumente v zvezi z bodočim razvojem turizma v Bohinju, ki ima globalne razsežnosti. Tako zagovorniki novega hotela in prestrukturiranja TNP-ja navajajo, da se ni mogoče izogniti napredku

in razvoju kot univerzalnima vrednotama, ki ju v tem primeru omejujejo okoljevarstvene norme, ki opredeljujejo razvoj vseh območij znotraj parka. S takšnimi argumenti se ti družbeni akterji, ki trdijo, da delujejo v imenu in v dobro prebivalcev Bohinja ter investorjev, opredelijo kot spodbujevalci »bolj človeškega« razvoja, kar naj bi tudi bil zaželeni cilj Bohinjcev. Po drugi strani pa se koalicija nevladnih organizacij v svojih argumentih sklicuje na mednarodne ekološke norme, ki bi jih morali upoštevati ob upravljanju priznanega mednarodnega parka, ter zagovarja koncept trajnostnega razvoja v Bohinju, tako kot se uvaja po vsem svetu. Sklicuje se tudi na dejstvo, da članstvo v Evropski uniji pomeni tudi, da mora Slovenija upoštevati nekatere norme unije v zvezi z nacionalnimi parki. Bohinjci v svojih argumentih za uveljavitev svoje vizije turizma navajajo tudi podobnost svojih načrtov primerne turistične infrastrukture z infrastrukturo, ki je značilna za avstrijsko ter italijansko Tirolsko in za francoske ter švicarske Alpe. Vse te regije so znane po manjših družinskih hotelih. Poleg tega pa naj bi referendumsko odločitev prebivalcev Bohinja, da ostanejo v območju parka, pomenila tudi to, da sprejemajo globalno veljavne naravovarstvene standarde ter predpise, ki določajo razvoj v za-varovanih območjih po vsem svetu, kot svoje lokalne vrednote.

V resnici nasprotje med lokalnim in globalnim pristopom k turizmu, ki ga izpostavlja Burns, predstavlja dva pristopa, ki temeljita na istem, domnevno univerzalnem konceptu turističnega razvoja. V tem kontekstu naj bi globalni pristop dajal prednost razvoju pred interesi prebivalcev gostiteljske skupnosti, lokalni pristop pa naj bi dajal prednost interesom lokalne skupnosti pred zahtevami turističnega razvoja. Ta dva pristopa predstavljata dve plati istega razvojnega diskurza, kar omogoča domnevno enostavno razvrščanje stališč v lokalne ali globalne kategorije.

Vendar lahko ob sporu okoli gradnje hotela ter bodočnosti parka opazujemo, kako delujejo med seboj različne vizije turističnega razvoja, vsaka s svojimi lokalnimi in globalnimi dimenzijami. Iz etnografskega opisa tega spora je razvidno, kako si različni družbeni akterji skušajo prilaistiti lokalno dimenzijo turizma, češ da s svojim konceptom zastopajo resnične interese lokalne skupnosti. Pričujoči opis pa tudi dokazuje, kako se družbeni akterji sklicujejo na globalne dimenzije svojih vizij v smislu retorične strategije, s katero želijo poudariti prednost vizije, ki jo promovirajo.

Lahko torej trdimo, da nasprotje med lokalnim in globalnim ni učinkovito analitično orodje za ocenjevanje različnih konceptov turizma, saj se ob vprašanju gradnje novega hotela v bližini Bohinjskega jezera pojavijo številni koncepti lokalnosti in globalnosti, ki jih njihovi zagovorniki sku-

šajo udejanjati. Spori okoli novega hotela se ne odvijajo v skladu z dinamiko vsiljevanja nekega globalnega turističnega projekta določeni lokalni gostiteljski skupnosti, ti spori tudi ne zadevajo nasprotovanja med globalnimi in lokalnimi predstavami o razvoju. Namesto tega imamo družbene lokalne in nacionalne akterje, ki uporabljajo različne strategije z namenom, da bi uveljavili lastno vizijo o lokalnosti ter globalnosti. Poleg tega pa analitična opredelitev lokalnega in globalnega ni zelo uporabna, kadar so družbeni akterji sami zelo družbeno mobilni. Obstajajo družbeni akterji, ki bivajo v Bohinju in ki so hkrati člani nacionalnih nevladnih organizacij, predstavniki nacionalnih institucij, člani občinske ali nacionalne vlade ali pa mednarodno priznani strokovnjaki, ki so se specializirali za Triglavski narodni park. Obstajajo pa tudi regionalni ali nacionalni družbeni akterji, ki v svojih prizadevanjih ob pričujočih vprašanih pomembno, čeprav posredno vplivajo na lokalno družbeno realnost Bohinja. Vsi tisti, ki želijo vplivati na razvoja v Bohinju, prevzemajo tako družbeno vlogo, ki jim najbolj pomaga pri zagovarjanju in uresničevanju svoje vizije za bohinjski turizem. Zaradi tega lahko sklepamo, da pri tem družbene akterje težko razvrščamo zgolj po kriteriju lokalnosti/globalnosti.

Naslednje poglavje bo posvečeno vprašanju avtentičnosti, antropološkemu konceptu, ki je do sedaj igral pomembno vlogo pri antropoloških raziskavah o turizmu in zlasti pri oceni razvoja kulturnih skupnosti, ki v turističnem procesu prevzemajo vlogo gostiteljske kulture. Ker razvrščanje obstoječih vizij turizma v Bohinju glede na nasprotje med lokalnim in globalnim nima nobenega analitičnega smisla, se je potrebno osredotočiti na morebitne druge kriterije, s pomočjo katerih bi lahko opredelili vizije turizma, ki krožijo po Bohinju. Kakšno vlogo igra pri turizmu vprašanje avtentičnosti? Ali je mogoče obdržati avtentičnost gostiteljskih kultur glede na obstoj globalne turistične industrije? Ali in kako je mogoče razlikovati med bolj ali manj avtentičnimi oblikami turističnega razvoja?

RAZVOJ IN VPRAŠANJE AVTENTIČNOSTI

Kako naj pristopimo k vprašanju avtentičnosti razvoja turizma v neki gostiteljski skupnosti? Kot je bilo predstavljeno v drugem poglavju, antropologi precejšnje strokovno pozornost posvečajo kulturnim učinkom turizma. Na različne načine so si prizadevali, da bi razvili sistem kriterijev, po katerem bi lahko ocenjevali pomen turizma kot razvojne strategije glede na njegove kulturne učinke. V prvem obdobju antropologije turizma je bila vsaka sprememba, povzročena gostiteljskim kulturam, pojmovana kot korupcija njihove kulture in tako so takrat turizem obravnavali predvsem v negativni luči. Nadalje so bile kulturne spremembe, ki so nastale kot posledica turizma, pojmovane predvsem kot rezultat komercializacije ali komodifikacije kulture. Vendar so skozi bolj dolgoročne študije izkušnje gostiteljskih kultur s turizmom po vsem svetu postali pogledi antropologov na kulturne učinke turizma bolj niansirani. Eden izmed razlogov za to spremembo je ta, da so antropologi spoznali, da je potrebno turizem postaviti v kontekst drugih oblik razvoja in napredka, ki jih izkušajo gostiteljske skupnosti. Antropologinja Valene Smith iz svojih izkušenj s sogovorniki navaja, da je turizem težko analitično izolirati kot edini način, preko katerega so gostiteljske kulture povezane z ostalim svetom, zlasti če imajo, denimo, možnost povezati se s svetom vsako noč preko televizije (V. Smith 1989a: 9).

Številne težave, s katerimi se antropologi soočajo pri razvoju analitičnega pristopa k vprašanju kulturnih učinkov turizma ter avtentičnosti kulturnih sprememb, so posledica določenih predpostavk o kulturi, ki so dolga leta označevale antropološko vedo, predpostavk, s katerimi se antropologi stalno soočajo v luči izzivov, ki jih za njihove raziskave predstavljajo globalizacija ter globalizacijski procesi. Antropologi so se do neke mere analitično osredotočili na procese kulturnih sprememb in so razvili sistem, po katerem razvrščajo različne oblike kulturnih sprememb kot posledice stika med kulturami. Kljub temu pa so se, kot je bilo poudarjeno v tretjem poglavju, ob soočanju z realnostjo globalizacije zavedali, da so si posamezne kulture ter odnose med njimi praviloma predstavljali na poseben, prostorski način. Nekateri analitiki poudarjajo, da je podoba o terenskem delu kot praksi potovanja in podaljšanega bivanja sredi tujih

kultur igrala ključno vlogo pri prevladi mnenja o kulturah kot vase zaprtih, teritorialno ustaljenih formacij, ki jih med seboj ločujeta razdalja in (prazen) prostor. Kulture in tradicije naj bi se razvijale v relativni osamljenosti. Globalizacija, ki prostorski pristop k razumevanju kultur ter odnosov med njimi izpodbija, pa ni le drastično zmanjšala simbolnega prostora, ki naj bi obstajal med kulturami, ampak tudi izziva antropologe, naj v svoje kulturne modele vključujejo mobilnost ter dinamičnost (Gupta, Ferguson 1997a; Fox 1991). Turizem je globalni pojav, ki predpostavlja kulturno mobilnost ter sistematične stike med kulturami; zaradi tega pa študij turizma za antropologe predstavlja številne izzive ter priložnosti. Theron Nuñez je že leta 1963 zagovarjal pomen antropologije turizma in je trdil, da je turizem lahko pomembna tema za antropološke raziskave zato, ker lahko k njemu pristopimo kot k laboratoriju za analizo kulturnih sprememb. Ravno vprašanje kulturnih sprememb pa predstavlja temo, ki dolgo ni bila deležna posebne analitične pozornosti (Nuñez 1963).

V tem poglavju bomo obravnavali določene koncepte kulturne avtentičnosti z namenom, da bi razvili orodje za analizo kulturne avtentičnosti turističnega razvoja v Bohinju in ocenili, vsaj za primer Bohinja, odnos med turističnim razvojem in avtentičnostjo gostiteljskih kultur. Do katere mere vključenost Bohinja v globalno turistično industrijo nujno učinkuje na avtentičnost bohinjskega razvoja ter na kulturno identiteto Bohinja? Kateri etnografski elementi ter pristopi so primerni za analizo turistične prakse v Bohinju, da bi ocenili avtentičnost kulturnih sprememb? Ali se kulturna avtentičnost ter globalizacija (ali razvoj) med seboj izključujeta?

Turizem in vprašanje avtentičnosti

Kot smo videli v drugem poglavju, so antropološke raziskave odkrile številne kulturne spremembe, kulturne adaptacije in kulturne invencije v različnih turističnih gostiteljskih skupnostih. Nadalje so antropologi v svojih analizah ugotovili, da se kulturni učinki turizma v različnih kulturah različno interpretirajo, iz česar sledi, da je njihova obravnava zelo zapletena tema. Eno izmed ključnih vprašanj v zvezi s kulturnimi učinki turizma je zastavil Dennison Nash, ki se je osredotočil na vključitev mednarodne narave turizma v antropološki pristop k turizmu kot predmetu raziskave. Svojo tezo o turizmu kot imperializmu je utemeljil na temi odvisnosti, s katero je povezoval domnevno imperialistično naravo turizma. Trdil je, da gostiteljske kulture postanejo ekonomsko in kulturno odvisne

od turizma. V primeru ekonomske odvisnosti Nash trdi, da so gostiteljske kulture opustile ustaljene ekonomske prakse v prid turizma kot načina preživljanja, kar je pomenilo, da so postale ekonomsko odvisne od števila turistov, ki jih obiščejo, kakor tudi od spremenljivih kriterijev, po katerih se turisti odločajo za kraj dopusta. S konceptom kulturne odvisnosti je poudarjal dejstvo, da gostiteljske kulture pogosto prilagodijo svojo kulturo domnevnim okusom ter željam turistov, nad katerimi nimajo nobene kontrole, in tako zgubljajo občutek lastne identitete. Jedro argumenta o turizmu kot imperialistični praksi je utemeljeno na hipotezi, da odločitev gostiteljske kulture (pa naj je ta odločitev prostovoljna ali ne) zahteva, da gostiteljica v turističnem procesu vstopi v odnos s kulturami, iz katerih izvirajo turisti. Iz tega naj bi sledilo, da gostiteljska kultura delno odstopa od svoje pravice, da sama določa svojo kulturno in ekonomsko identiteto (Nash 1989).

Ob Nashevi tezi se zastavljajo pomembna vprašanja v zvezi s samo naravo turizma, z globalnim odnosom med kulturami, iz katerih izhajajo turisti, in gostiteljskimi kulturami, ter v zvezi s povezavo med avtonomnostjo in odvisnostjo gostiteljskih kultur. Ali je globalna dimenzija turizma po naravi imperialistična? Kateri dejavniki vplivajo na odnos med turisti in gostitelji, zlasti glede pričakovanj in z želja turistov v turističnem procesu? Kateri dejavniki vplivajo na raven avtentičnosti oziroma odvisnosti gostiteljskih kultur? Kakšna je v turizmu vloga lokalnega in globalnega in kako naj bi ob tej vlogi pristopili k analizi avtentičnosti in odvisnosti gostiteljske kulture? Kakšna naj bi bila idealna vloga gostiteljskih kultur v določanju svojega odnosa do turizma in kako naj bi to vplivalo na razvoj njihove kulturne identitete v luči turizma?

Na podlagi antropološke strokovne literature, navedene v drugem poglavju, lahko med drugim sklenemo, da v antropoloških raziskavah o vlogi gostiteljskih kultur v turističnem procesu obstaja etnografska luknja. Interpretirana je bila kot posledica nekaterih predpostavk, ki jih imajo antropologi o gostiteljskih kulturah, zlasti glede domnevne pasivne vloge v turističnem procesu. V pristopu, ki sem ga razvila za oceno kulturnih sprememb, ki se odvijajo v Bohinju, ima Chambersov koncept o kulturni avtentičnosti v turizmu osrednjo vlogo, saj si v njem prizadeva upoštevati kriterije gostiteljske kulture o lastni avtentičnosti.

Razumevanje kulturne avtentičnosti, ki ga predlaga Erve Chambers, temelji na dinamičnem razumevanju kulture. Trdi, da je večina antropološkega mišljenja o vprašanju kulturne avtentičnosti ter tradicije zgrajena na predpostavki, da se kultura in tradicija razvijata relativno izolirano in statično. Iz tega bi sledilo, da so tradicije in kulture ogrožene, če ne obsta-

jajo več v stanju relativne osamljenosti ter če so izpostavljene vedno tesnejšim stikom z različnimi kulturami in tradicijami. V nasprotju s takim mišljenjem Chambers poudarja, da je ravno tako mogoče, da se tradicije razvijejo kot posledica dinamičnega procesa razločevanja, ki ga sprožajo sistematični stiki z različnimi kulturami. Po njegovem mnenju realnost stikov med kulturami sama po sebi ne predstavlja grožnje avtentičnosti, prav tako tradicija tudi ni sinonim za statičnost (Chambers 2000).

Tovrstno razumevanje kulture se nanaša na eno izmed predpostavk, na katerih temelji Nasheva teza, da so stiki med turisti in gostitelji ali med kulturami, iz katerih izvirajo turisti, in gostiteljskimi kulturami imperialistične narave. Tovrstni stiki med kulturami naj ne bi po naravi temeljili na enakosti v ekonomskem smislu. Iz ekonomske odvisnosti gostiteljskih kultur sledi kulturna odvisnost. To pomeni, da člani gostiteljske kulture prilagodijo svojo kulturo turističnemu stiku in ekonomski dinamiki turističnega procesa.

Če pa kot izhodišče vzamemo razumevanje kulture, kakor ga predlaga Chambers, namreč da so kulture po naravi dinamične, se je treba vprašati, ali je sama globalna dimenzija turizma jedro imperialističnega bistva turizma ali pa je v naravi globalnosti turizma tisto, zaradi česar je turizem v bistvu imperialistična praksa. Z drugimi besedami: v tem kontekstu si je treba zastaviti vprašanje, ali Nasheva teza o turizmu temelji na predpostavki, da vsak stik med kulturami privede do imperialističnega odnosa, ali pa Nash meni, da so turistični stiki specifična (ter imperialistična) oblika stikov med kulturami. Če predpostavljamo, da je slednja razlaga bolj primerna, je za potrditev ali ovrzbo teze treba identificirati dejavnike, ki lahko omogočajo razlikovanje med avtentičnimi in neavtentičnimi kulturnimi spremembami.

Chambersov pristop k razlikovanju med avtentičnimi in neavtentičnimi spremembami temelji na argumentu, da spremembe v kulturah ne predstavljajo odstopanja od normalnega ter da avtentičnost ni nujno povezana s tradicijo v statičnem smislu besede. Chambers poudarja, da sta v modernem svetu avtentičnost ter tradicija mogoči, s čimer se postavlja ob bok drugim antropologom, med njimi Richardu Handlerju in Jocelyn Linnekin, ki trdijo, da mora razumevanje avtentičnosti in tradicije upoštevati funkcije, ki jih tradicije izpolnjujejo v različnih kulturah (Handler, Linnekin 1984). Tradicije naj ne bi bile ostanki preteklosti, ampak kulturni pojavi, oblikovani v sedanjosti in ki so interpretirani vedno znova z namenom, da zadostijo potrebam določene kulturne skupnosti. V tem kontekstu so prilagoditve, interpretacije ter invencije kultur ter tradicij predstavljene kot naravni del kulturnega razvoja (Chambers 2000: 97); v

sedanji dobi, ki jo oblikujejo globalni tokovi, pa tovrstni procesi pridobijo nove dinamike.

Izhajajoč s stališča, da avtentičnost ni stvar preteklosti, Chambers razvije koncept avtentičnosti, ki je povezan z vprašanjem kulturne avtonomnosti. Avtentični kulturni razvoj naj bi po Chambersovem mnenju obstajal v tistih kulturnih kontekstih, kjer imajo ljudje oblast nad skupnim življenjem do takšne mere, da lahko igrajo aktivno vlogo pri določanju smeri razvoja v svojih skupnostih. Glede na medsebojno povezanost, ki sedaj označuje globaliziran svet, morda obstaja izjemno malo resnično avtentičnih kultur, ki uživajo absolutno neodvisnost in avtonomnost, igrajo pa dovolj pomembno vlogo v tistih družbenih in ekonomskih procesih, ki vplivajo na kulturno življenje (Chambers 2000: 98). V tem kontekstu je avtentičnost neke kulture povezana z avtonomnostjo, s katero lahko člani te kulture odločajo o smeri razvoja, ki naj bi bil za njihovo skupnost kulturno smiseln. To pomeni, da je avtentičnost lastnost kulturnih procesov, ki je ni mogoče opisati z vrsto standardnih kriterijev, ki naj bi veljali za vse kulture, ampak da bodo kriteriji, ki določajo avtentičnost kulturnih sprememb, odvisni od vsake posamezne kulture in od konteksta, v katerem ta kultura deluje. Vendar to ne pomeni, da je vse, za kar se neka kulturna skupnost odloča, tudi avtentično; obstajajo tudi primeri, ko gostiteljske skupnosti namenoma manipulirajo ali izkoriščajo nekatere stereotipe z edinim namenom, da privlačijo turiste. Kljub temu pa gre Chambers pri svojih argumentih o avtonomnosti in avtentičnosti še dlje: trdi, da je skupnost, ki se odloča za rušenje vseh svojih zgodovinsko zavarovanih stavb z namenom, da bi zgradila igrišče za golf, bolj avtentična kakor pa tista, ki se je sicer enako odločila, ampak ji uresničitev tega preprečujejo državni organi, ki želijo, da se ohrani njena zgodovinska dediščina (Chambers 2000: 99).

Čeprav je primer, ki ga predstavlja Chambers, nerealističen zaradi svoje skrajnosti, pa njegova enostavnost pomaga pri določanju tistih ključnih etnografskih vprašanj, s katerimi lahko ocenimo stopnjo avtonomije neke kulturne skupnosti in ob tem tudi stopnjo njene kulturne avtentičnosti. Prvo vprašanja je, do katere mere lahko posamezni člani uveljavljajo svoje mnenje v skupnosti in preko katerih družbenih ali političnih mehanizmov lahko sodelujejo pri odločanju o turističnih vprašanjih na lokalni ravni. Drugo vprašanje zadeva identifikacijo vseh možnih višjih struktur, ki do neke mere odločajo o razvoju taiste skupnosti, in tudi vseh procesov, preko katerih izvršujejo svojo avtoriteto. Tretje vprašanje se loteva identifikacije in ocene prekrivanja in razhajanja med različnimi koncepti identitete, turizma in razvoja, ki jih zagovarjajo člani skupno-

sti in tudi organizacije, institucije ter družbeni akterji na nacionalni ali mednarodni ravni, ki tudi vplivajo na razvoj skupnosti. Zadnje vprašanje zadeva stopnjo družbene ali politične mobilnosti članov skupnosti ter mogoče učinke te mobilnosti na procese, preko katerih se uresničujejo načrti turističnega razvoja v določeni skupnosti.

Avtentičnost, avtonomnost in razvoj

Tukaj velja omeniti etnografijo, ki jo je napisala Martha Ward o alpski kulturni skupnosti na Tirolskem – zaradi načina, s katerim je pristopila k etnografskim analizam turizma, ki se je razvil v sosednjem alpskem prostoru. Namen obravnave te etnografije na tem mestu ni primerjava stopenj uspešnosti turizma v različnih, a vendar sosednjih alpskih regijah, čeprav obstajajo podobnosti v razvoju turizma na Tirolskem in v Bohinju, ki so morda vredne podrobnejše analize. V kontekstu pričujoče diskusije je najzanimivejši način, kako je Wardova raziskovala vlogo, ki jo je odigral turizem v razvoju te skupnosti v drugi polovici 20. stoletja.

Ljudje na Tirolskem imajo navado gostiti popotnike od rimskih časov dalje; Tirolska je predstavljala tudi eno od »postaj« na »velikih potovanjih«, na katera so v 17. in 18. stoletju aristokrati pošiljali svoje otroke, da bi preživeli leto ali dve v tujini (Ward 1993: 143). Vendar je za Tirolsko, podobno kot za Bohinj, šele vzpostavitev železniške povezave s svetom ob koncu 19. stoletja predstavljala začetek modernega turizma. Komaj po drugi svetovni vojni pa je turizem imel pozitiven učinek na razvoj Tirolske; po dolgoletnem obdobju ekonomske krize, zaradi katere se je veliko prebivalcev odselilo, je predstavljal novo ekonomsko priložnost (Ward 1993: 141). V zadnjih desetletjih pa je turizem postal glavni vir preživetja na Tirolskem, ki je postala eno izmed najuspešnejših turističnih območij v Evropi in tudi v svetu.

Ob iskanju etnografskih povezav med sedanjimi turističnimi navadami, politično strukturo vaškega življenja in družbenim spominom kulturne skupnosti je Wardova razvila analizo razvoja na Tirolskem, osredotočeno na nekatere utrinke družbenega življenja, ki so Tirolcem omogočili uravnotežen proces razvoja, ki je tudi zelo uspešen. Wardova se zaveda, da običajno ne bi pričakovali, da so se kraji, ki vzdržujejo tako zelo podeželsko, vaško življenje, tako spretno prilagodili moderni dobi. Svetovni nazor Tirolcev je osnovan na religiozni ravni: Tirolsko imajo za sveto zemljo in kmet je njen zvesti služabnik. Družbenega življenja, ki se odvija v skladu s sedanjim svetovnim nazorom, navadno ne povezu-

jemo z družbenimi spremembami ali kakršno koli obliko podjetništva. Vendar Wardova poudarja, da gre ključ za prilagodljivost Tirolcev in za njihovo uspešno implementacijo turizma kot razvojne strategije iskati v prilagodljivosti in avtonomnosti struktur vaškega življenja, kar je Tirolcem omogočalo, da so se odločili za smer razvoja v skladu z njihovimi vrednotami in občutkom zgodovine.

Wardova trdi, da je sistem samouprave na Tirolskem, ki se odvija na vaški ravni, eden izmed ključev učinkovite prilagodljivosti Tirolcev. Vse vasi na Tirolskem izvajajo obliko samouprave, ki temelji na izvoljenem vaškem svetu, preko katerega vaščani upravljajo svoje politično življenje. Svet se ukvarja predvsem z vprašanji, ki so povezana z upravljanjem: davki, javna dela, lokalni projekti, ki naj bi bili koristni za vas (namakalni sistemi, prometne povezave, gradbena dovoljenja itn.). Nadalje svet tudi izvršuje naloge, ki vplivajo na vse vaščane, a jih vaščani kot posamezniki ne morejo opravljati: skrb za javne prostore, izvedba projektov javnih del, upravljanje vaške statistike in vaških registrov. Poleg vaškega sveta pa obstajajo številna prostovoljna združenja, kot so politične stranke, gasilske brigade, alpske športne organizacije, reševalna moštva in farne skupine. Vsaka vas je naravna politična entiteta; ko pa se pojavijo problemi, ki zadevajo več vasi, jih obravnavajo v svetih, v katerih ima predstavnike vsaka udeležena vas; ti sveti imajo podobno strukturo kot vaški sveti.

Pomnenu Wardovepričujoči mehanizmisamovladanja predstavljajo jedro enakopravne in avtonomne politične kulture. Ta kultura pa naj bi igrala ključno vlogo pri upravljanju turističnega razvoja na Tirolskem, ker sta narava in hitrost razvoja določeni na lokalni ravni. Poleg tega so na avstrijskem Tirolskem z nacionalno zakonodajo določili predpise, ki opredeljujejo pogoje za pridobitev državljanstva in pravice do stalnega bivališča na tak način, da ljudem, ki ne bivajo stalno na Tirolskem, ne omogočajo, da bi si tam kupili dopustniške ali druge domove.³¹ Vsi centri tirolskega turizma temeljijo na vaški samoupravi, ki obstaja že več kot šeststo let. Nobenih možnosti ni, da bi se v strukturo tirolskega turizma, ki temelji predvsem na družinskem gostiteljskem sistemu, vključile kakšne hotelske verige ali mednarodne turistične korporacije, iz česar izhaja, da so nastanitvene kapacitete predvsem v zasebnih hišah, penzionih in v majhnih, družinskih hotelih (Ward 1993: 145, 149).

³¹ To je držalo v času, ko je Wardova napisala svojo etnografijo, vendar je mogoče, da je bila zakonodaja, ki je določala pravice stalnih prebivalcev ter državljanov Avstrije v zvezi z nakupom nepremičnin, prilagojena standardom Evropske unije.

Takšna politična struktura in kultura Tirolcem omogočata, da se ukvarjajo s turizmom na avtonomen, kulturno pomenljiv način. Wardova poudarja, da turistična industrija na Tirolskem uspeva zato, ker je učvrstila in razširila vlogo poklicev, ki so obstajali že v tradicionalnem življenju. Tirolci so navdušeno sprejeli turizem, ki skupnosti ni bil vsiljen in ki ga ne interpretirajo kot razdor družbenega in ekonomskega tkiva Tirolske. Nadalje Tirolcem uspeva, da sami definirajo svoje udejevanje v turizmu v skladu z lastnimi potrebami, ne pa v skladu s potrebami neke hotelske verige ali mednarodne korporacije. Poleg tega je postopno in integralno uvajanje turizma na Tirolskem veskozi uživalo podporo deželne vlade Tirolske, ki je dodeljevala subvencije tistim kmetom, ki so ob turizmu obdržali tudi gorsko pašo. Na ta način je, po mnenju Wardove, vlada spodbujala razvoj turizma, ki na Tirolskem soobstaja s kmetijstvom (Ward 1993: 160).

Pričujoči kratek opis predstavlja podobo Tirolske, kjer deluje sistem samoodločanja po vaseh na tako rekoč samoumeven način. Kljub učinkovitosti in avtonomnosti metode upravljanja turizma na Tirolskem predstavlja razvoj turizma sporno vprašanje, ki je povezano z različnimi pojmovanji primernih meja turističnega razvoja, varstva narave in turističnih investicij. Navkljub različnim mnenjem in ognjevitim razpravam so Tirolci preko svojih mehanizmov odločanja sprejeli takšno obliko turizma, ki jim je omogočila, da so v turistični industriji zelo uspešni in ki tudi ne preobremenjuje njihove družbene, politične in ekonomske strukture.

Ta pozitiven, a zmeren pristop Tirolcev k turizmu je v veliki meri tudi posledica ekonomskih izkušenj, ki so močno vplivale na družbeni spomin skupnosti. Dodatna vzporednica med Bohinjem in Tirolsko je dejstvo, da so se skozi dolga zgodovinska obdobja tudi Tirolci opirali na železarstvo. Vendar je bila izkušnja z železarstvom na Tirolskem manj pozitivna kot v Bohinju. Na Tirolskem so ljudje doživljali številne cikle vzponov in padcev v železarstvu, ki so skupnosti bolj škodili kot koristili. Zaradi takšnih izkušenj so se v primeru turizma zavestno odločili za postopen razvoj, kar naj bi omogočilo tako varovanje narave kakor tudi njihove kulturne dediščine. Poleg tega so se tudi zavestno odločili za razpršeno obliko turizma, ki deluje z roko v roki s tradicionalnimi metodami obdelovanja zemlje. Ta oblika turizma omogoča Tirolcem obdržati ravnotežje med turizmom, naravo in kulturo (Ward 1993: 161).

Ob tem želim dodati, da varstvo kulturne in ekonomske dediščine še ne pomeni, da na Tirolskem ni bilo nobenega napredka. Gre le za to, da turizem omogoča ljudem, ki so se odločili za tradicionalne poklice

– kmetom, pastirjem, alpskim mlekaricam – da obdržijo svoj primarni poklic ob drugih načinih pridobivanja prihodkov – lastnik penziona, gorski vodnik, smučarski inštruktor ipd. Oblika turizma, značilna za Tirolsko, sovpada z obstoječimi kulturnimi in ekonomskimi strukturami ter z odnosom Tirolcev do zemlje, do svoje kulturne dediščine in do vrednot, ki oblikujejo družbeni spomin skupnosti.

Kot svetovno znano turistično območje je model Tirolske uspešnosti neposredno povezan s sistemom samouprave ter z odsotnostjo pomembnih nelokalnih ekonomskih akterjev v turizmu. Niti nacionalna elita niti mednarodni ekonomski akterji nimajo možnosti, da bi se brez privolitve Tirolcev vključili v tirolski turizem. Tudi vloga vladnih institucij je zreducirana na nekakšen minimum, čeprav kaže, da pozitivno prispevajo k razvoju turizma na Tirolskem preko strateških finančnih spodbud, s katerimi tudi sofinancirajo regionalno infrastrukturo. To Tirolcem omogoča, da v svojem odnosu do turizma ohranjajo močan občutek avtonomnosti. Vendar je ob tem potrebno tudi priznati, da je Tirolski primer uspešnega in relativno vase zaprtega modela turističnega upravljanja relativno redek v globaliziranem svetu turizma.

Avtonomnost, avtentičnost in razvoj turizma v Bohinju

Turistična pokrajina Bohinja je veliko manj vase zaprta kot Tirolska; poleg tega pa so se v Bohinju od slovenske osamosvojitve dalje odvijale temeljite spremembe v turizmu. V času socializma so bili namreč glavni centri turistične infrastrukture v družbeni lasti. Sistem odločanja v turizmu je bil zelo centraliziran; dejstvo, da so bili vsi bohinjski hoteli v lasti enega samega podjetja, je dober primer centralizma. To stanje ni bilo značilno le za Bohinj in dejstvo, da še danes več kot polovico vseh dohodkov v turistični industriji na Slovenskem ustvari le 14 turističnih podjetij, dokazuje, da ekonomska infrastruktura turizma, ki se je gradila v zadnjih šestdesetih letih, še vedno dobro deluje.

Vendar lahko v Bohinju ob tovrstni centralizaciji opazimo, zlasti od sedemdesetih let prejšnjega stoletja dalje, da se je razvilo omrežje posameznikov, ki so se sami zaposlili v turizmu, čeprav jim to predstavlja večinoma dopolnilno dejavnost. To pomeni, da lahko kljub znatni centralizaciji turizma na določeni ravni v Bohinju zaznamo tudi razvoj družbene skupine, ki je od turizma imela neposredne koristi in ki sama določa način in raven svoje angažiranosti v turistični industriji.

Leta 1981 pa so Bohinjci dobili novega institucionalnega akterja na nacionalni ravni, ki od tedaj igra pomembno in neposredno vlogo pri oblikovanju bohinjske turistične pokrajine – Triglavski narodni park. Večina bohinjske občine leži na območju parka, kar pomeni, da prebivalci Bohinja celo kot lastniki svoje zemlje³² niso edini družbeni akterji, ki imajo oblast nad njo. Razvoj tega ozemlja mora potekati v skladu z določenimi naravovarstveni normami, ki opredeljujejo upravljanje vseh narodnih parkov iste kategorije po vsem svetu. Nadalje lahko kakršna koli morebitna sprememba v parku – ne glede na stališče tistih, ki v njem bivajo – postane nacionalno vprašanje, saj veliko Slovencev park pojmuje kot javno dobro, čigar usoda ne leži samo v rokah tistih, ki živijo znotraj parka, pa tudi ne le v rokah upravljalcev parka. Če bi torej ocenili položaj parka v smislu avtonomnosti bohinjskih prebivalcev, ki so hkrati tudi prebivalci parka, bi morali reči, da v zvezi z avtonomijo položaj parka sproža več vprašanj, kot jih reši.

Slovenska samostojnost je Bohinju prinesla nov niz priložnosti in tudi izzivov, vključno s privatizacijo turistične infrastrukture, izgubo določenih turističnih trgov, prestrukturiranjem turističnih podjetij in razvojem novega, še nedorečenega modela turističnega upravljanja. V četrtem poglavju je bil predstavljen družbeni zemljevid trenutne bohinjske turistične pokrajine, vključno z obstoječimi nacionalnimi in mednarodnimi dimenzijami. Nadalje je bila v petem poglavju obravnavana nova vloga države v turizmu, kot je bila predstavljena v Strategiji slovenskega turizma 2002–2006, v kateri se država umakne iz procesa odločanja o turizmu na lokalni ravni, procesa, ki naj bi sedaj sledil podjetniškemu modelu. O razvoju in upravljanju turizma na lokalni ravni naj bi sedaj odločali ekonomski oziroma podjetniški interesi na lokalni ravni, namesto da bi bil predpisan s strani države, kar je uvedla obstoječa (sicer sedaj modificirana) turistična zakonodaja.

Analiza sporov glede načrtovane gradnje novega hotela ter spremembe statusa Triglavskega narodnega parka, predstavljena v petem poglavju, je prikazala mehanizme odločanja, preko katerih sprejemajo odločitve glede razvoja turizma v Bohinju, ter javne forume oziroma sfere, v katerih se odvijajo diskusije in konflikti različnih interesov. Obravnava tega še nerešenega konflikta je prikazala, do katere mere imajo prebivalci

³² Zanimivost Triglavskega narodnega parka je, da je eden izmed redkih narodnih parkov na svetu, čigar ozemlje je večinoma v zasebni lasti. Večina narodnih parkov je sicer v državni lasti, kar seveda preprečuje nekatere konflikte interesov med upravljalci parka ter lastniki parkovega ozemlja.

Bohinja vlogo v teh debatah pa tudi način, kako se sprejemajo odločitve glede bodočnosti turizma v Bohinju. Po eni strani je analiza identificirala nasprotovanje med bohinjsko občino ter pomembnim številom občanov, katerih vizije turističnega razvoja v Bohinju ter vloge Triglavskega narodnega parka si nasprotujejo. S pomočjo te analize so tudi identificirani različni ukrepi, s katerimi so Bohinjci preprečevali uveljavitev nekaterih razvojnih načrtov. Nadalje pa dejstvo, da je bil konflikt okoli načrtovanja hotela postavljen v kontekst bodočnosti Triglavskega narodnega parka, pomeni, da je lokalni problem postal nacionalno vprašanje, ki se odvija v Državnem zboru in ki ga sooblikuje tudi koalicija nevladnih organizacij, ki predstavljajo alternativno vizijo ter oceno pomena edinega slovenskega nacionalnega parka.

Ob analizi vprašanja gradnje hotela je postalo jasno, da imajo člani skupnosti možnost uporabe številnih sredstev, preko katerih so lahko odmevno izrazili svoje mnenje, čeprav ni sovpadalo s turistično politiko izvoljenih članov občinskega sveta. Ob pregledu, kako se je razvijalo vprašanje hotela, lahko ocenimo, da ima lokalna skupnosti dostop do številnih mehanizmov na lokalni in regionalni ravni, preko katerih lahko vpliva na proces odločanja o turističnem razvoju Bohinja, in jih je uporabila na strateški način. Vendar ta konflikt ni bil rešen na lokalni ravni; glede na to, da izid referendumu ni bil v prid tistih, ki so zagovarjali gradnjo hotela, so se zatekli k ukrepom na nacionalni ravni, s katerimi bi rešili, kar je bilo po njihovem mnenju jedro problema: položaj in pristojnost Triglavskega narodnega parka, ki ju določa Zakon o Triglavskem narodnem parku. Tako je konflikt okoli gradnje hotela in nasprotujočih si vizij turističnega razvoja postal nacionalno vprašanje. To je tudi pomenilo, da je konflikt interesov dobil neko novo dimenzijo, povezano z vprašanji, kot so pomen in bodočnost parka, varstvo narave in politična korupcija. Vendar si zagovorniki hotela in nove zakonodaje niso bili edini, ki so si prizadevali vprašanje bodočnosti Bohinja prikazati kot nacionalno vprašanje z namenom, da bi ščitili svoje interese. Številni lokalni družbeni akterji v Bohinju so zavestno izkoristili pozornost, ki je bila posvečena vprašanju parka, da bi zagotovili podporo preprečevanju gradnje hotela, ki ne sovпада z vizijo turističnega razvoja v Bohinju. Poleg tega, da je vprašanje pridobilo nove dimenzije na nacionalni ravni, je proces odločanja o parku dobil tudi nove akterje z lastnimi interesi in pogledi. Civilne organizacije v Bohinju, ki so nasprotovale gradnji hotela, so se povezale s približno dvajsetimi nevladnimi organizacijami, katerih primarni interes je varovanje nacionalnega parka.

Glede na način, kako se je konflikt odvijal do sedaj, je zelo mogo-

če, da bo dokončno rešen na nacionalni in ne na lokalni ravni. Na ta način bo sledil modelu prejšnjih poskusov močnih prostorskih posegov v Bohinju. Ivo Janez Cundrič v svojem odprtem pismu, v katerem se je odzval na zakonodajo, ki naj bi zmanjšala obseg in pristojnosti parka, trdi, da je v zadnjih šestdesetih letih prišlo do številnih podobnih zamisli, ki so naletele na nasprotovanje občanov ter glasno nasprotovanje na nacionalni ravni, kjer je bila njihova izvedba tudi dokončno zaustavljena (Cundrič 2004).

Kaj pa pomeni ta ustaljeni način delovanja za kulturno avtonomnost skupnosti v Bohinju? Do katere mere imajo Bohinci možnost odločanja o razvoju svojega kraja? Težko bi bilo narediti enostavno vzročno povezavo med rešitvijo vprašanja o parku na nacionalni ravni ter morebitno izgubo avtonomije na lokalni ravni, saj so prebivalci do neke mere zavestno zaobšli lastno izvoljeno lokalno vlado in prispevali k temu, da je lokalni problem postal nacionalno vprašanje. Do katere mere je potem avtentičnost nujno povezana z avtonomijo v lokalnem smislu besede? Ali je avtonomnost pojem, ki je nujno povezan z lokalnostjo?

Na prvi pogled se to vprašanje zdi nenavadno, zlasti če bo rešeno na nacionalni ravni v korist prebivalcev Bohinja: videti bo, kot da Bohinjci niso ne v smislu avtonomije ne v smislu avtentičnosti zgubili ničesar. To naj bi bilo potrjeno tudi na podlagi domneve, da prevladujoči interesi na nacionalni ravni sovpadajo s tistimi, ki jih zagovarjajo prebivalci Bohinja.

Vendar je glavni razlog, da si zastavimo to vprašanje, povezan z dejstvom, da so bili interesi lokalne skupnosti v zvezi z gradnjo hotela podrejeni širšemu vprašanju o bodočnosti Triglavskega narodnega parka. Po eni strani so zagovorniki hotela, kljub izraženemu stališču prebivalcev Bohinja, ki so se na referendumu odločili, da ostanejo v parku, trdili, da bi zakon, ki ga predlagajo, zagotovil tisti napredek in razvoj, ki si ga Bohinjci želijo. Novi zakon bi nevtraliziral izid referenduma in določil pristojnosti parka na nacionalni ravni. Po drugi strani pa so člani koalicije nevladnih organizacij trdili, da predstavljajo interese vseh slovenskih državljanov, vključno s tistimi, ki so se borili proti gradnji hotela v parku. Stališče nevladnih organizacij predpostavlja neko strinjanje med prebivalci Bohinja glede vsebine in meja razvoja na območju parka.

Pričujoči pogled, ki določa Bohinj kot sporno krajino, predstavlja tudi nasprotujoče si pojme o naravi, kulturi in razvoju. Do katere mere pa ti pojmi sovpadajo ali se razhajajo z vrednotami, pojmi in kriteriji, ki oblikujejo vizije Bohinjcev? Do katere mere imajo prebivalci Bohinja možnost usmerjati razvoj turizma na zanje kulturno smiseln način?

Narava, kultura in razvoj

Bohinjsko turistično pokrajino na nacionalni ravni oblikujeta dva naspotujoča si pristopa k naravni in kulturni dediščini samega parka. Oba pristopa dediščino parka ocenjujeta pozitivno, vendar oceni temeljita na različnih kriterijih ter vrednotah, povezanih z različnimi pogledi na turizem in razvoj Bohinja.

Tisti družbeni akterji, ki zagovarjajo gradnjo novega hotela, so izbrali lokacijo v bližini Bohinjskega jezera zaradi same lepote jezera ter njegovega pomena kot osrednje turistične znamenitosti Bohinja. Odločitev glede lokacije je tako temeljila na turističnem potencialu naravnih lepot, ki jih ponuja Bohinj, kakor tudi na investicijski vrednosti gradnje hotela s pogledom na jezero. Družbeni akterji, ki sodelujejo pri načrtih gradnje hotela, so mi razlagali, da so s hotelom želeli predstaviti Bohinj kot turistični kraj, ki morebitnim gostom ponuja sprostitve in užitek v naravi ob vseh storitvah, ki jih pričakujejo zahtevnejši gosti. Načrtovani hotel bi svojim gostom nudil *spa* in *wellness* program, zdraviliščni program, utemeljen na uporabi domačih zelišč. Tovrstni zeliščni programi so se zelo dobro izkazali v hotelih v alpskih krajih drugod po Evropi.

Sama ideja novega hotela je utemeljena na trditvi, da Bohinj še ni razvil svojega turističnega potenciala in da tudi enkratna turistična ponudba Bohinja še ni dovolj dobro promovirana, kar pomeni, da je mogoče še veliko narediti, da bi se Bohinj kot turistični kraj še bolje razvil. Če pomislimo na občuten finančen vložek, potreben za gradnjo hotela, je jasno, da podporniki te ideje verjamejo v Bohinj kot kraj, kamor se splača investirati.

Vendar je imel pozitiven pristop pričujoče družbene skupine do parkove naravne in kulturne dediščine svoje meje, saj je bilo njihovo vrednotenje parka vedno podrejeno načrtom za napredek in razvoj Bohinja. Zagovorniki hotela so, čeprav so znali ceniti naravne lepote parka in so imeli park za osrednjo znamenitost turistične krajine, gledali na park v njegovi funkciji pri razvoju turizma. To pomeni, da so park obravnavali kot turistično znamenitost in bistveno drugače, kot se obravnava institucionalnega akterja, ki vpliva na smer razvoja v Bohinju. Kot je bilo omenjeno v prejšnjem poglavju, zagovorniki hotela tudi odobravajo zmanjšanje obsega parka, saj imajo njegov sedanj položaj za oviro turističnemu razvoju v Bohinju. Naslednji komentar sedanje županje Bohinja, Evgenije Kegl Korošec, ki podpira gradnjo novega hotela, idejo razvoja turizma, ki temelji na hotelih, in preoblikovanje parka, izraža povezavo med Triglavskim narodnim parkom ter razvojem v Bohinju: »Če bi kdo vprašal

domačine, potem na njihovem območju že ne bi bilo Triglavskega narodnega parka. To je sklenila država. Mi želimo živeti enako kakovostno kot drugi prebivalci Slovenije in uživati prednosti razvoja.« (Sušnik 2004)

V tej luči je park prikazan kot neki prisiljen poseg države v kulturno krajino Bohinja, kot neki tuji element, ki ovira naravno smer ekonomskega razvoja in možnosti, da bi prebivalci parka uspeli doseči določeno kakovost življenja. Kakovost življenja naj bi bila zaradi Triglavskega narodnega parka podrejena cilju varovanja naravne dediščine. Po mnenju Dušana Vučka, enega izmed članov Državnega zbora, ki je v javnosti najbolj povezan s predlaganim Zakonom o Triglavskem narodnem parku, bi zakonodaja, ki je bila tedaj v postopku, rešila vprašanje razvoja ter kakovosti življenja Bohinjcev: »Kar zadeva očitek o liberalizaciji, moram poudariti svoje prepričanje, da mora postati Zakon o Triglavskem narodnem parku bolj življenjski in manj omejevalen ... Prepričan sem, da mora na naseljenih območjih življenje potekati nemoteče.« (Košnjek 2003) Vučkov komentar potrjuje povezavo med razvojem in parkom, ki jo je izrazila Kegl Koroščeva. Na podlagi komentarjev pa lahko tudi izpeljemo, da gre za neko nasprotje med naravo in kulturo, češ da se varovanje narave vzdržuje za ceno razvoja obstoječih kulturnih skupnosti, ki bivajo v parku. Zaradi tega pa Vučko, Kegl Koroščeva in njuni somišljeniki zagovarjajo postavitev neke fizične meje med parkom in tistimi naravovarstvenimi normami, ki določajo upravljanje parka, ter med naseljenimi območji v Bohinju, katerih razvoj bi lahko potekal v skladu z drugačnimi, bolj »človeškimi« kriteriji. Bolje rečeno, v tem kontekstu ne gre toliko za neko nasprotje med naravo in kulturo kot za dva zelo različna pristopa k naravi: po eni strani odnos do narave, ki je določen s strani naravovarstvene politike, ki jo vodi zavod Triglavski narodni park; po drugi strani pa odnos do narave, ki je značilen za zagovornike hotela in ki temelji predvsem na uporabnosti za ekonomski razvoj. Po mnenju tistih, ki se predstavljajo kot zagovorniki razvoja v Bohinju, protesti naravovarstvenikov ne sovpadajo s stališči Bohinjcev do istega vprašanja.

Na drugi strani imamo družbene akterje, ki močno nasprotujejo gradnji hotela in vsem podobnim projektom, ki naj bi se uresničevali na območju parka. Številne organizacije in javne osebe so začele reagirati v zvezi z dogodki, ki so se odvijali v Bohinju, vendar šele takrat, ko so bili načrti pa tudi konflikti že v teku. V resnici so ti akterji začeli ukrepati po tem, ko je bila nova zakonodaja za urejanje statusa parka že vložena v parlamentarno proceduro. Strinjali so se, da je nov zakon potreben, toda njihovi razlogi zanj so se močno razlikovali od interesov, ki so motivirali vložitev nove zakonodaje leta 2003. Ta skupina družbenih akterjev je

pričakovala takšno zakonodajo, ki bi okrepila položaj zavoda Triglavski narodni park pri upravljanju parka in uveljavljanju obstoječih naravovarstvenih norm v praksi. Pričakovali so tudi, da bi zakonodaja bila sad medsebojnega sodelovanja vseh pristojnih državnih institucij ter ministrstev, ki se dnevno ukvarjajo z upravljanjem parka.

Pristop k parku, ki ga zagovarja ta skupina, temelji na globokem spoštovanju parka kot nepogrešljivega dela slovenske naravne in kulturne dediščine. Poudarjajo tudi, da mora razvoj na območju parka temeljiti na razumevanju položaja nacionalnih parkov, kar tudi pomeni poseben odnos do naravne in kulturne dediščine parka: »Narodni park je območje, ki je namenjeno v prvi vrsti in predvsem ohranjanju naravne, duhovne in kulturne dediščine. Vse druge rabe se morajo temu podrediti – tudi razvoj prebivalcev parka. To nikakor ne pomeni, da bi morali prebivalci Triglavskega narodnega parka živeti v 19. stoletju. Nasprotno! Zavzemati se je treba, da bodo imeli čimbolj kakovostno življenje in kar najboljše možnosti za trajnostni razvoj – vendar ne na račun nacionalne dediščine, ki je tako pomembna, da jo je v svoje okrilje vzel celo UNESCO.« (Keršič - Svetel 2004: 19)

Po besedah Marjete Keršič - Svetel, ene izmed bolj znanih javnih oseb, povezanih s koalicijo nevladnih organizacij, predstavlja Triglavski narodni park območje, ki ga je zaradi njegovih enkratnih in dragocenih lastnosti treba obravnavati drugače, zato da bi ga ohranili in da bodo lahko v njem uživale sedanje in bodoče generacije Slovencev. Vrednost parka so priznale številne pomembne organizacije zunaj Slovenije, vključno z UNESCO. Država je izrazila svoje vrednotenje parka s tem, da je ustanovila nacionalni park, kar območju podeljuje pravni status, ki deluje tudi kot legalni okvir, v katerem se mora odvijati vsakdanje življenje v parku. To seveda velja tudi za tiste osebe, ki so lastniki zemlje na območju parka in ki bi lahko pristojnosti parka imeli za obliko kršitve njihove lastninske pravice, zlasti kadar njihovi interesi ne sovpadajo s politiko parka. V resnici je Triglavski narodni park eden izmed redkih parkov, katerega precejšen delež je v zasebni namesto v javni oziroma državni lasti. Upravljanje parka, ki je pretežno v javni oziroma državni lasti, je bistveno manj zapleteno, kot to velja za Triglavski narodni park, kjer imamo opravka z veliko lastniki.

Vendar kaj pomeni vsakodnevno varovanje naravne in kulturne dediščine parka? Koncept ohranjanja ima v tem kontekstu različne interpretacije in se dotika številnih tem. Tako denimo koalicija nevladnih organizacij v eni izmed spomenic, ki jih je naslovila na vladne institucije, omenja številne probleme, ki po mnenju podpisnikov ogrožajo varovanje

parka. Večina teh problemov zadeva škodljive vplive človeških posegov v naravno krajino parka: »Obsojamo uničevanje in ogrožanje naravnih in kulturnih vrednot na območju Triglavskega narodnega parka ... predvsem pa onesnaževanje okolja (zrak, voda, hrup, odpadki itd.), uničevanje rastlinstva in živalstva, prekomerni avtomobilski promet na območju narodnega parka in skrajno škodljiv motorni promet po dolinah in planinah do najbolj oddaljenih pastirskih naselij, neustrezne ureditve parkirnih mest, sprehajališč, pristanišč, kopališč in druge infrastrukture ob Bohinjskem jezeru, našem edinem večjem ledeniškem jezeru, letalski in helikopterski promet nad divjino in nad glavami gornikov in drugih obiskovalcev narodnega parka, uporaba motornih sani po zasneženih planjavah, žičnice in smučišča, tudi z umetnim snegom, planinske kočice s hotelskimi uslugami, zajezene reke, korita, brzice in uničena obrežja rek zaradi odzema materiala in drugih posegov, vojaške vaje vseh vrst, množične prireditve z vso hrupnostjo in neusmiljenim onesnaževanjem okolja, lov ob vsakem času in povsod, gozdarske posege na osrednjem območju narodnega parka, zazidavanje najlepših predelov nezazidljive naravne in kulturne krajine, vedno nove megalomanske načrte za hotele in druge dobičkonosne investicije, ki jim dobičke prinaša dejstvo, da so v narodnem parku, itd.« (Spomenica za ohranitev Triglavskega narodnega parka, november 2004, http://www.drustvo-mws.si/sl/delovanje/pozivi/spomenica_tnp_2004.html)

Z obsežnim navajanjem iz te spomenice želim prikazati konkreten opis dejanj, ki jih imajo zagovorniki ideje parka za omembe vredno ogrožanje parka. Nadalje si je iz tega konkretnega seznama mogoče predstavljati odnos do parka, ki je izražen kot skrb. Ta skrb ne zadeva neke ločitve med kulturo in naravo znotraj parka. Z njo prebivalci in obiskovalci parka izražajo neki odnos do narave. Narava v parku ni prikazana kot vir zabave, ampak kot vir navdiha, kot kraj, kamor lahko ljudje prihajajo, da izkusijo mir, tišino, naravne lepote; kraj, kjer lahko spoznavajo sami sebe, odkrijejo lastne telesne možnosti ob hoji, plezanju, kolesarjenju in plavanju. V svetu, v katerem vedno več ljudi živi v urbanih okoljih, bo vedno več potrebe po možnosti izkustva narave na neposreden način, trdijo zagovorniki parka.

Koncept zajema tudi vprašanje varovanja kulturne dediščine parka, ki naj bi bilo nerazdružljivo povezano z varovanjem naravne dediščine. Kulturna dediščina parka vključuje različne oblike kulturnega izražanja. Gre za tradicionalne načine obdelovanja zemlje, kot so denimo pašne planine, senožeti s seniki, grbinasti travniki in kozolci. Poleg tega pa je potrebno omeniti stavbno dediščino Bohinja, ki se nanaša na strukturo

vasi, na cerkve in na specifično lokalne oblike domov, vključno z Opleno-vo hišo, v kateri ki je sedaj muzej. Še druge dimenzije kulturne dediščine zadevajo zgodovino skupnosti, ki je mapirana na bohinjsko pokrajino.

Po mnenju Marjete Keršič - Svetel naj bi tako prebivalci Bohinja kot tudi prebivalci ostalega dela parka igrali pomembno vlogo pri vzdrževanju parka: »Prebivalci zavarovanega območja so njegovi varuhi, vsi ostali državljani pa jim to nalogo pomagajo opravljati, da v zameno lahko uživajo v naravnem, duhovnem in kulturnem bogastvu območja.« (Keršič - Svetel 2004: 19) Pomoč je tukaj mišljena tudi kot finančna pomoč, ki naj bi bila prebivalcem parka ponujena kot nadomestilo za njihov trud in čas ob vzdrževanju naravne in kulturne krajine, za delo, ki ne sovпада z ekonomsko logiko, ki je običajno povezana z vprašanjem razvoja. Preko državne finančne pomoči prebivalcem parka naj bi državljani Slovenije prispevali k vzdrževanju njihove vloge in na ta način naj bi posredno prispevali k ohranjanju parka. S tem bi tako prebivalci Bohinja kot tudi drugi državljani Slovenije dobili neko mesto v projektu nacionalnega parka, čigar uresničitev je odvisna od prispevkov in truda vseh državljanov Slovenije.

Glede na stališča obeh glavnih skupin v nacionalni razpravi o bodočnosti Triglavskega narodnega parka, ključno vprašanje zadeva način, kako si sami prebivalci predstavljajo lasten odnos do pokrajine, v kateri živijo, do obstoja parka in do lastne kulturne dediščine. Po eni strani zagovorniki hotela trdijo, da zastopajo interese prebivalcev Bohinja, po drugi strani pa skupina, ki zagovarja ohranitev parka, na podlagi lastnega razumevanja delovanja samega parka prebivalce Bohinja kot tudi prebivalce ostalega dela parka postavlja v neko vlogo. Kako pa sami Bohinjci opredelijo svoj položaj znotraj parka in svoje možnosti usmerjanja razvoja turizma v lastni skupnosti? Kako sami ocenjujejo lastno avtonomnost?

Vsi moji sogovorniki so imeli kritično mnenje o načinu upravljanja turizma v Bohinju, čeprav so tudi razumeli, da naravne danosti pogojujejo turistične možnosti Bohinja. Omenila sem že komentar nekega sogovornika, ki je jedrnato povzel prevladujoči občutek o omejitvah turističnega razvoja: da je turizem odvisen od dveh dejavnikov, na katera imajo posamezniki zelo malo vpliva – vreme in politika. Kar se vremena in drugih naravnih danosti tiče, so jih ljudje sprejeli, tako kot sprejemajo naravne danosti, ki pogojujejo razvoj kmetijstva v Bohinju, čeprav seveda na drugačen način kot v primeru turizma.

Kar se tiče vprašanja politike, se Bohinjci kot posamezniki na splošno čutijo oddaljene od političnega procesa, v katerem se odloča o razvoju turizma. Imajo tudi kritično mnenje o učinkovitosti turistične politi-

ke, ki načrtujejo in izvajajo na občinski ravni – ocenjujejo jo na podlagi koristi, ki jo lahko občutijo na lokalni ravni. To je morda posledica velikih sprememb v upravljanju turizma v letih po osamosvojitvi, tako v Bohinju kakor tudi na nacionalni ravni. V tem sklopu lahko omenimo tudi nedavne spremembe, kot je ustanovitev Lokalne turistične organizacije Bohinj, ki naj bi delovala kot osrednji element pri upravljanju in promoviranju turizma na občinski ravni, svoj prostor znotraj obstoječe turistične strukture na občinski ravni pa si šele utrjuje. Zaradi tega so moji sogovorniki večinoma čutili, da morajo v glavnem sami poskrbeti za svoje stranke kot posamezni ponudniki turističnih storitev. Veliko jih je govorilo o potrebi po neki kontaktni osebi na občinski ravni, ki bi delovala podobno kot za kmetijsko panogo kmetijski pospeševalci ali sedanji svetovalci.

Drugi razlog za občutek oddaljenosti od procesov in institucij, vpletenih v turistični proces, je splošna domneva, da tovrstne organizacije ter institucije delujejo bolj kot mehanizmi za uresničevanje zasebnih interesov kot interesov celotne skupnosti. Tukaj se ne lotevam vprašanja resničnosti tovrstnih navedb, lahko pa potrdim, da pogosto krožijo kot oblika kritike učinkovitosti nekaterih institucij ali organizacij, ki naj bi služile interesu celotne občine ali skupnosti. Tako je bila denimo takšne kritike deležna odločitev občinskega sveta, da kljub nasprotovanju občanov dopusti načrtovano gradnjo novega hotela v Ribčevem Lazu.

Kljub splošni kritični drži glede možnosti vsakdanjega vpliva na politiko turizma na občinski ravni ter glede splošne učinkovitosti turistične politike, so moji sogovorniki imeli občutek za družbeni interes občanov pri turizmu. Kot je bilo omenjeno v prejšnjem poglavju, so Bohinci imeli podobno mnenje o stanju hotelov v Bohinju in o vplivu tega stanja na splošno podobo Bohinja kot turističnega kraja. Nasprotovanje hotelu je bilo tudi prikazano na podoben način, v luči učinkov, ki bi jih novi hotel imel na interese Bohinjcev in na Bohinj sam. Projekt novega hotela ni izpolnil pričakovanja Bohinjcev glede investitorjev, ki bi svoja sredstva vlagali v bohinjski turizem, zlasti kar se tiče njihovega prispevka v sam razvoj Bohinja. Pričakovali so, da bodo investitorji pripravljene vstopiti v dolgoročen odnos do Bohinja, da bodo pripravljene investirati v Bohinj in da bo njihova prisotnost v Bohinju prinesla izboljšanje turistične krajine, kar bi koristilo vsem družbenim akterjem, ki se ukvarjajo s turizmom. Dejstvo je, da podjetje, ki ima v lasti večino hotelov v Bohinju, ne investira v svoje obstoječe hotele, temveč načrtuje gradnjo novega hotela: tega pa domačini niso ocenili kot obnašanje dobrega investitorja ali, bolje rečeno, investitorja, ki bi bil dober za Bohinj. Takšen odnos do investicij v

Bohinju ni bil v skladu s tem, kar so prebivalci imeli za smotrno upravljanje turistične infrastrukture.

Ta pričakovanja Bohinjcev izražajo, koliko na turizmu gledajo kot na družbeni projekt, od katerega so do neke mere odvisni vsi družbeni akterji, ki se ukvarjajo s turizmom. Če so se investicije usmerile od prenove obstoječih v gradnjo novega hotela, je to v očeh prebivalcev predstavljalo dejstvo, da investitor ni deloval kot družbeni, ampak zgolj kot ekonomski akter, ki se zanima le za dobiček, ki ga je mogoče v Bohinju zaslužiti ne glede na ceno.

Po drugi strani pa so bili prebivalci zaskrbljeni zaradi učinkov, ki bi jih gradnja tako velikega novega hotela imela na obstoječo turistično infrastrukturo, če pustimo ob strani vprašanje, ali bi bila komunalna infrastruktura zmožna prenesti še en hotel. Po njihovem mnenju bi gradnja novega hotela predstavljala problem, saj sama ideja hotela take velikosti in tako visoke kategorije ne sovпада z obstoječo turistično infrastrukturo pa tudi ne z vizijo turističnega razvoja, ki jo zagovarjajo tisti prebivalci, ki se ukvarjajo s turizmom, in ki temelji na manjših, družinskih hotelih, penzionih in zasebnih sobah. Poleg tega so jih skrbeli morebitni dolgoročni učinki, ki bi jih gradnja novega hotela predstavljala za Bohinjsko jezero in za Triglavski narodni park, ki sta osrednji turistični znamenitosti Bohinja. Čeprav je ideja novega hotela predstavljena v diskurzu razvoja, številni moji sogovorniki interpretirajo koncept, ki ga predstavlja hotel, kot poskus temeljite spremembe podobe turizma v Bohinju. Eni ga označujejo kot poskus spremeniti Bohinj v Bled. Odločitev zagovornikov hotela, da v parlamentarno proceduro vložijo zakonodajo, ki bi spremenila položaj parka navkljub referendumski odločitvi prebivalcev, je interpretirana kot dokaz razkoraka med vizijo turizma, ki ga zagovarjajo prebivalci, in vizijo, ki jo predstavlja novi hotel.

Kaj pa odnos Bohinjcev do parka in njegove nacionalne dediščine? Odnos domačinov, zlasti starejše generacije, do Bohinja in do lastne identitete presega koncept in prisotnost parka, ki se je razširil šele leta 1981. Tako na park ne gledajo skozi nacionalni okvir, ampak predvsem z lokalnimi kriteriji, čeprav so se tudi ti s časom spremenili. Lahko bi rekli, da si prebivalci Bohinja svoje identitete ne predstavljajo preko parka ali pa v vlogi varuhov zavarovanega območja, ki jim jo je pripisala Keršič - Svetelova. Svoje identitete ne doživljajo v funkciji parka, ampak obratno. Ravno to vprašanje pa predstavlja ključno točko mogočih sporov med tistimi, ki zagovarjajo varovanje parka, ter prebivalci Bohinja, sporov, ki se lahko razvijejo na podlagi različnih pojmovanj nacionalne dediščine, zlasti kar se tiče kulturne dediščine.

To še ne pomeni, da iz strukturne razlike v pristopih k nacionalni dediščini logično sledi, da obstaja stalen spor interesov med obema družbenima skupinama ali da imajo prebivalci Bohinja negativen odnos do parka. Mnogi, ki se v Bohinju ukvarjajo s turizmom, so mi razlagali, da so njihove izkušnje z lastnimi gosti zelo vplivale na odnos, ki ga imajo do parka. Večina turistov, ki prihaja v Bohinj, prihaja zaradi narave, zlasti zaradi Triglavskega narodnega parka. Seveda Bohinjsko jezero je in vedno bo ena izmed osrednjih turističnih znamenitosti Bohinja; kljub temu pa so moji sogovorniki dosledno razlagali, da so se interesi turistov v zadnjih letih znatno spremenili. Turiste ne veseli več zgolj poležavanje ob jezeru, ampak se zanimajo za vedno aktivnejši dopust, kar vključuje dejavnosti, s katerimi odkrivajo lepote parka, npr. pohodništvo, kolesarjenje, smučanje in plezanje.

Zanimanje gostov Bohinja za naravni oziroma sonaravni turizem in seveda za enkratne lepote parka je eden glavnih razlogov za to, da je za bohinjske turistične gostitelje park postal osrednji element turistične ponudbe Bohinja. Prizadevajo si tudi, da bi kot turistično znamenitost bolje promovirali tudi park. Neki moj sogovornik, ki živi izključno od turizma, meni, da se je do sedaj razvilo samo 30 % turističnega potenciala Bohinja, potenciala, ki ga ta oseba povezuje neposredno s parkom. Pričujoči komentar se ne nanaša na razvoj masovnega, ampak na nadaljnji razvoj sonaravnega turizma, tako da bi lahko bolje promovirali tudi druge vidike parka, kar bi tudi omogočalo podaljšanje turistične sezone v Bohinju.

Potemtakem bi lahko trdili, da kar se tiče naravne dediščine parka, interesi naravovarstvenikov sovpadajo z interesi prebivalci Bohinja. Obe skupini cenita pomen obstoja parka in ohranjanje njegovega naravnega habitata, pa čeprav se motivacije ene in druge skupine nekoliko razlikujejo. Ti skupni interesi so tudi omogočali neproblematično zaveznitvo med obema skupinama v zvezi z bodočnostjo parka. Kot je bilo omenjeno v prejšnjem poglavju, so številni prebivalci Bohinja videli v okrepitvi vloge parka učinkovit način varovanja Bohinja pred investicijskimi projekti, ki naj bi grozili obstoječo bohinjsko pokrajino. Ohranjanje parka je tako bilo opredeljeno kot lokalni strateški cilj, pa tudi kot nacionalno oziroma javno dobro.

Vprašanje naravne dediščine Bohinja, ki spada na območje parka, je oblikovano drugače kot vprašanje kulturne dediščine Bohinja. Če se vrnemo h komentarju, ki ga je napisala Keršič - Svetelova v zvezi z varovanjem kulturne dediščine parka, lahko opazimo, da je zadeval predvsem prostorske posege, ki bi lahko prizadeli tiste elemente kulturne krajine, ki so posledica tradicionalnih metod obdelovanja zemlje, ter lokalno ma-

terialno kulturo. Skratka, v zvezi z dediščino je omenila tisto, kar bi obiskovalci lahko opazovali v samem parku: pašne planine, senožeti s seniki, grbinaste travnike, obdelana polja ter oblike stavbne dediščine (obliko vasi, cerkve, domov).

Interesi tistih, ki zagovarjajo ohranjanje take kulturne dediščine, se do neke mere prekrivajo z interesi nekaterih družbenih skupin v Bohinju. Ohranjanje tradicionalnih načinov obdelovanja zemlje zadeva poklic, ki je v Bohinju še vedno aktualen. Kot je bilo omenjeno v prejšnjih poglavjih, se je zavod Triglavski narodni park v svojih programih večinoma osredotočil na oživitev in razvoj tovrstnih praks, čeprav v bolj moderni in dobičkonosni obliki. Ti cilji sovpadajo z interesi mnogih bohinjskih kmetov, od katerih jih je veliko postalo registriranih ekoloških kmetov, nekateri pa so svojo dejavnost razširili v turizem, da bi lahko obdržali kmetijstvo kot osnovno gospodarsko dejavnost. Tako obstajajo skupni interesi med predstavniki Triglavskega narodnega parka in bohinjskimi kmeti; ti interesi kmetom prinašajo tudi dobiček, saj naj bi si v zavodu prizadevali za višje subvencije za kmete, ki delujejo na območju parka.

Kar se tiče ohranjanja stavbne dediščine, si Bohinjci sami prizadevajo za njeno varovanje v obliki muzejev, kot je Oplenova hiša, ki je primer tipične bohinjske domačije stegnjenega tipa iz prvih let 19. stoletja. Kot muzej predstavlja intimen pogled v takratno bivalno kulturo, vključno s črno kuhinjo. Ob Oplenovi hiši najdemo tudi druge stavbe, ki so pod spomeniškim oziroma kulturnim varstvom, in druge muzeje v Bohinju. Ko sem v pogovorih omenila vprašanje kulturne dediščine Bohinja, so jih moji sogovorniki vedno pozitivno ocenili in vedno opredelili kot turistične znamenitosti. Ko sem jih vprašala, ali se turisti zanimajo za kulturo Bohinja, so praviloma odgovorili, da so kulturne znamenitosti za turiste zanimive zlasti v deževnem vremenu, drugače rečeno, da kulturni turizem igra dopolnilno vlogo naravnemu turizmu. Kljub temu pa so moji sogovorniki praviloma podpirali razvoj kulturnega turizma, ki so ga imeli za potrebnega za razvoj turistične ponudbe nasploh v Bohinju. V tej luči tudi pozitivno spremljajo projekte, ki so še v teku, vključno z arheološkim parkom Ajdovski gradec, ki je povezan z zgodovino železarstva v Bohinju, pa tudi predlagani projekt vzpostavitve spominske poti, povezane s prvo svetovno vojno in soško fronto, ki bi vodila skozi Bohinj (in tudi celoten Triglavski narodni park).

Vseeno pa prebivalci Bohinja razlikujejo med zgoraj omenjenimi elementi kulturne dediščine in lastnimi kulturnimi navadami in praksami, s katerimi ustvarjajo svoje življenje in bodočnost, in to predstavlja jedro morebitnega spora med njimi in tistimi, ki zagovarjajo nacionalno

dediščino parka. Bohinjci se strinjajo s politiko parka za ohranjanje naravne dediščine in do neke mere s politiko ohranjanja kulturne dediščine, zlasti če gre za tiste oblike kulturne dediščine, ki so po njihovem mnenju povezane s preteklostjo, ki jih prikažejo kot tradicijo v klasičnem smislu besede in ki delujejo celo kot turistične znamenitosti. Vendar koncept kulturne dediščine, ki ga predstavljajo naravovarstveniki, zadeva tudi tradicijo v smislu zgoraj omenjenih oblik obdelovanja zemlje in pridelovanja hrane (kar predstavniki Triglavskega narodnega parka opredeljujejo kot gospodarsko dediščino). Te tradicije so še vedno v rabi in tako opravljajo neko aktivnejšo, neposrednejšo funkcijo v življenju prebivalcev Bohinja, ki jih aktivno uporabljajo in prilagajajo svojim potrebam v prizadevanjih, da bi si v domačem kraju ustvarili kulturno smiselno in donosno življenje. Na ta način predstavljajo ti deli kulturne dediščine kulturni oziroma družbeni mehanizem, s katerim Bohinjci odločajo o svoji bodočnosti. Ta proces pa zadeva tudi odločanje o tem, v kakšni meri (če sploh) se lotijo turizma. Zato se moji sogovorniki upirajo temu, da bi se tovrstne prakse opredelile kot elementi nacionalne dediščine, ker bi to lahko pomenilo, teoretično gledano, da bi procesi odločanja o njihovem osebнем kakor tudi družbenem razvoju postali nacionalna vprašanja.

Sklep

Kaj torej lahko sklenemo glede avtonomije Bohinjcev in glede avtentičnosti razvoja Bohinja v luči turistične prakse? Začnemo lahko z izjavo Edwarda Brunerja, ki trdi, da so gostitelji in turisti v najširšem smislu zgolj igralci, ki igrajo vloge, zanje napisane v mednarodnem turističnem diskurzu (Bruner 2005: 70). Po eni strani je težko ovreči dejstvo, da turizem predstavlja mednarodno oziroma globalno industrijsko panogo, poleg tega je tudi družbeni fenomen, v katerem gostitelji in turisti igrajo neko vlogo. Tako lahko sklepamo, da to velja tudi za bohinjske gostitelje in za turiste, ki prihajajo v Bohinj z vsega sveta. Nadalje moramo tudi priznati, da je turizem gospodarska panoga, na katero vplivajo številni fenomeni, ki se dogajajo na mednarodni ravni ali vsaj onstran nacionalnih meja. Spremembe cen, spremembe državnih politik lahko prinesejo posledice na lokalni ravni na drugem koncu sveta, kar potrjuje pomen globalnih vezi, ki so značilne za sodobni čas.

Turizem je vreden antropološke analize med drugim zato, ker je družbeni proces, ki po naravi vključuje tiste oblike medsebojnih povezav, ki so značilne za globalizacijo. Tako turizem kot predmet antropo-

loških raziskav prinaša izziv, da si zastavimo številna vprašanja o kulturi in o medsebojnih povezavah med kulturami, ne le na ravni teorije, ampak tudi v praksi, na ravni raziskav. Po drugi strani pa je prispevek antropologije k študiju turizma v tem, da etnografsko pristopa k trditvam, kakršna je Brunerjeva teza o turizmu, z namenom, da bi temeljito razumeli, kako globalni procesi, kot je tudi turizem, dejansko delujejo v praksi, na terenu. Antropologi so pri terenskem delu analizirali turizem in dokazali, da ni enoten pojav. Obstajajo različne oblike turizma, različne kategorije turistov ter cela vrsta načinov, kako v različnih kulturah interpretirajo turizem. To pomeni, da je raznolikost turizma, njegovih interpretacij in načinov razvoja osnova za argument, da vloge v turizmu in možnost avtonomije niso tako vnaprej določene, kot bi sprva mislili – čeprav bi iz Brunerjevega komentarja lahko sledilo, da resnična avtonomnost v svetu turizma ni verjetna. Raznolikost turističnih izkušenj s stani gostiteljskih kultur in raznolikost uspešnosti v turizmu (opredeljena ne le v ekonomskem, ampak tudi v kulturnem smislu) v resnici potrjujeta, da predpostavka o globalnosti turizma, ki je škodljiva za avtonomijo, ni nujna.

Če se vrnemo h kratki predstavitvi turističnega razvoja na Tirolskem, lahko na podlagi njihove izkušnje sklepamo, da kolikor večji nadzor nad postopki odločanja o turizmu ima gostiteljska skupnost, toliko več je možnosti, da bo imel turizem pozitiven učinek na njen razvoj. To vsekakor drži v primeru gostiteljskih skupin, ki razpolagajo s takšno mero samouprave kot Tirolci. Ker pa so podobni primeri dokaj redki, se zastavlja vprašanje, ali je vprašanje avtonomnosti pojem, ki je nujno povezan lokalnostjo. Ali si je mogoče predstavljati pojem avtonomnosti in torej tudi avtentičnosti na nelokalen način?

V primeru Bohinja imamo opravka s situacijo, ki se strukturno razlikuje od primera Tirolske, saj je večina bohinjske občine vključena v območje Triglavskega narodnega parka. To že samo po sebi pomeni, da Bohinjci ne uživajo iste ravni samovladanja oziroma samouprave. Vendar lahko iz analize dogodkov okrog predlagane gradnje hotela blizu jezera in bodočnosti Triglavskega narodnega parka spoznamo, da so bili bohinjski družbeni akterji zmožni sklepati zaveznitstva na nacionalni ravni, da bi nevtralizirali (vsaj začasno) nekatere turistične projekte, za katere so menili, da ogrožajo smer razvoja bohinjskega turizma ter status parka. V prejšnjem poglavju smo navedli komentarje o načinu reševanja preteklih, za dobrobit Bohinja dvomljivih projektov, ki so jih kasneje preprečili: iz teh mnenj je razvidno, da so prizadevanja bohinjskih družbenih akterjev za ohranitev določene smeri razvoja večkrat uživala podporo nacionalne

ravni. Na tej podlagi lahko sklepamo, da podpora, ki jo imajo Bohinjci na nacionalni ravni, govori v prid trditvi, da avtonomnosti Bohinja kot gostiteljske skupnosti ni mogoče ovrednotiti z upoštevanjem zgolj lokalne ravni. Lahko bi celo trdili, da dostop, ki ga imajo Bohinjci do nacionalne ravni, njihovo avtonomnost dejansko krepi, ne pa zmanjšuje. Tako lahko na vprašanja, ali se je v kontekstu globalnega turizma treba odreči avtonomnosti in ali je avtonomnost pojem, povezan zgolj z lokalnostjo, odgovorimo samo na podlagi analize vlog, ki jih imajo posredovalne družbene ravni med lokalno in globalno ravno, te pa lahko povečajo, zmanjšajo ali preoblikujejo raven avtonomnosti.

V zadnjih dveh poglavjih je bilo pojasnjeno, da so bila vprašanja, ki skrbijo prebivalce Bohinja v zvezi s razvojem turizma, rešena – vsaj začasno – na nacionalni ravni, kar sproža vprašanje, ali so bili ob konfliktu interesov, ki se je odvijal na nacionalni ravni, interesi Bohinjcev spregledani. Analiza v zadnjem poglavju se je osredotočila na prekrivanja in razhajanja med vizijami Bohinjcev o Bohinju, parku in turizmu ter vizijami naravovarstvenikov, ki na nacionalni ravni zastopajo podobne interese glede hotela kot Bohinjci. Ob oceni prekrivanj in razhajanj lahko ugotovimo, da v primeru večjih problemov, kot je bodočnost Triglavskega narodnega parka, prebivalci Bohinja in naravovarstveniki zagovarjajo podobne osnovne interese, kar jim omogoča učinkovito sodelovanje. Vendar je analiza identificirala tudi točke razhajanja, ki v sporih okoli parka niso usodne, oblikujejo pa strukturo vsakdanjih odnosov med skupinama, zlasti med prebivalci Bohinja in predstavniki zavoda Triglavski narodni park.

Če se vrnemo k vprašanju avtonomije Bohinja kot gostiteljske skupnosti, lahko sklepamo, da so Bohinjci pretežno avtonomni, saj je njihov glas pri projektih, ki naj bi vplivali na razvoj turizma v njihovi skupnosti, v veliki meri upoštevan. Seveda obstajajo dejavniki, ki njihovo avtonomnost omejujejo. Vendar je treba pripomniti, da sta vzdrževanje in razvoj turistične krajine Bohinja vsakdanja procesa, v katerih morajo Bohinjci sodelovati oziroma se pogajati z drugimi družbenimi akterji, ki tudi želijo udeležiti svoje lokalizacijske strategije ter uresničiti svoje vizije turizma in razvoja v Bohinju. Veliko je odvisno od tega, koliko prebivalci Bohinja uporabljajo kulturne strategije, ki so jim na voljo, da prevzamejo aktivno vlogo v razvoju turistične krajine na zanje kulturno smiseln način.

Kaj pa lahko rečemo o turizmu kot globalnem pojavu nasploh? Po eni strani je treba ugotoviti, kakšno vlogo igra pojem globalnosti v strukturi vprašanja, kajti pri terenskem delu smo ugotovili, da turisti niso edini »globalni« družbeni akterji v turističnem procesu in da turizem ni edi-

na oblika globalizacije, ki jo doživljajo gostiteljske skupnosti. V pričujoči monografiji smo se sistematično lotili vprašanja lokalnosti in globalnosti, kako ta dva pojma delujeta v družbenem življenju in kako pristopiti k analizi njunega delovanja. Turizem je kulturni proces z globalnimi dimenzijami in njegovi učinki so posledica številnih družbenih akterjev, ki delujejo na različnih ravneh in ki interpretirajo procese, v katere so vpleteni, v skladu z lastnimi vrednotami in načinom razumevanja. To pomeni, da je v statičnih kategorijah lokalnosti in globalnosti zelo težko opisati dinamike, ki določajo turistična srečanja in oblikujejo turistične krajine. Monografija predstavlja poskus orisa zapletenosti in prepletenosti odnosa med lokalnostjo in globalnostjo v turističnih procesih. Nenazadnje smo v njej preučevali, kako bi antropologija kot znanstvena veda lahko prispevala k boljšemu razumevanju turističnih procesov ter možnosti, ki jih turizem lahko nudi kulturam in družbam, ki si ustvarjajo prostor v medsebojno vedno bolj povezanem, globaliziranem svetu.

REFERENCE IN VIRI

- Abrams, Simone A. 1996. »Reactions to Tourism: A View from the Deep Green Heart of France«, v: Jeremy Boissevain, ur. *Coping With Tourists: European Reactions to Mass Tourism*. Berghahn Books: Providence–Oxford, str. 174–203.
- Adams, R. McC. 1974. »Anthropological Perspectives on Ancient Trade«. *Current Anthropology*, 15: 239–258.
- Anderson, Benedict. 1983. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. Verso: London–New York.
- Appadurai, Arjun. 1988. »Putting Hierarchy in its Place«. *Cultural Anthropology*, 3 (1): 36–49.
- Appadurai, Arjun. 1991. »Global Ethnoscapes: Notes and Queries for a Transnational Anthropology«, v: Richard Fox, ur. *Recapturing Anthropology: Working in the Present*. School of American Research Press: Santa Fe, str. 191–210.
- Appadurai, Arjun. 1996. *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. University of Minnesota Press: Minneapolis–London.
- Asad, Talal. 1973. *Anthropology and the Colonial Encounter*. Ithaca Press: London.
- Bachelard, Gaston. 1969. *The Poetics of Space*. Beacon Press: Boston.
- Barth, Fredrik, ur. 1969. *Ethnic Groups and Boundaries: The Social Organization of Cultural Difference*. Universitetsforlaget: Oslo.
- Behar, Ruth in Deborah Gordon, ur. 1995. *Women Writing Culture*. University of California Press: Berkeley–Los Angeles.
- Black, Annabel. 1996. »Negotiating the Tourist Gaze«, v: Jeremy Boissevain, ur. *Coping with Tourists: European Reactions to Mass Tourism*. Berghahn Books: Providence–Oxford, str. 112–142.
- Blunt, Alison in Gillian Rose. 1994. *Writing Women and Space: Colonial and Postcolonial Geographies*. Guilford Press: New York.
- Boissevain, Jeremy, ur. 1996. *Coping With Tourists: European Reactions to Mass Tourism*. Berghahn Books: Providence–Oxford.
- Boissevain, Jeremy in Tom Selwyn, ur. 2004. *Contesting the Foreshore: Tourism, Society and Politics on the Coast*. Amsterdam University Press: Amsterdam.

- Bolles, A. Lynn. 1997. »Women as a Category of Analysis in Scholarship in Tourism: Jamaican Women and Tourism Employment«, v: Erve Chambers, ur. *Tourism and Culture: An Applied Perspective*. State University of New York Press: Albany.
- Boorstin, Daniel. 1964. *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. Harper Press: New York.
- Branc, Tomaž. 2004. »Proti dobičkonosnosti«. *Delo*, 09. 12. 2004, str. 7.
- Bruner, Edward. 2005. *Culture on Tour: Ethnographies of Travel*. University of Chicago Press: Chicago–London.
- Buck, Roy C. 1978. »Toward a Synthesis in Tourism Theory«. *Annals of Tourism Research*, 5 (1): 110–111.
- Budkovič, Tomaž. 1987. »Bohinj med prvo svetovno vojno«, v: *Bohinjski zbornik*. Skupščina občine Radovljica: Radovljica, str. 186–189.
- Budkovič, Tomaž. 1999. *Bohinj 1914–1918: med fronto in zaledjem*. Mohorjeva založba: Celovec–Ljubljana–Dunaj.
- Budkovič, Tomaž. 2004. *Vzpon Bohinja pred zatonom Avstro-Ogrske*. Mohorjeva založba: Celovec–Ljubljana–Dunaj.
- Burns, Peter M. 1999. *An Introduction to Tourism and Anthropology*. Routledge: London–New York.
- Chambers, Erve, ur. 1997. *Tourism and Culture: An Applied Perspective*. State University of New York Press: Albany.
- Chambers, Erve. 2000. *Native Tours: The Anthropology of Travel and Tourism*. Waveland Press: Prospect Heights.
- Clifford, James in George Marcus, ur. 1986. *Writing Culture: The Poetics and Politics of Ethnography*. University of California Press: Berkeley–Los Angeles.
- Clifford, James. 1992. »Traveling Cultures«, v: Lawrence Grossberg, Cary Nelson in Paula A. Trescher, ur. *Cultural Studies*. Routledge: New York, str. 96–112.
- Clifford, James. 1997. *Routes: Travel and Translation in the Late Twentieth Century*. Harvard University Press: Cambridge–Massachusetts.
- Cohen, Eric. 1971. »Arab boys and tourist girls in a mixed Jewish-Arab community«. *International Journal of Comparative Sociology*, 12: 217–233.
- Cohen, Eric. 1974. »Who is a Tourist?«. *Sociological Review*, 22 (4): 527–553.
- Cohen, Eric. 1982. »Thai girls and farang men«. *Annals of Tourism Research* 9: 403–428.
- Craig-Smith, Stephen in Christine French. 1994. *Learning to Live with Tourism*. Pittman Publishing: Melbourne.

- Craik, Jennifer. 1991. *Resorting to Tourism: Cultural Policies for Tourist Development in Australia*. Allen and Unwin: Sydney.
- Craik, Jennifer. 1997. »The Culture of Tourism«, v: John Urry in Chris Rojek, ur. *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*, str. 113–137.
- Crain, Mary M. 1996. »Contested Territories: The Politics of Touristic Development at the Shrine of El Rocio in Southwestern Andaluca«, v: Jeremy Boissevain, ur. *Coping With Tourists: European Reactions to Mass Tourism*. Berghahn Books: Providence–Oxford, str. 27–55.
- Crandall, R. 1980. »Motivations for Leisure«. *Journal of Leisure Research*, 12 (1): 45–54.
- Cundrič, Ivo Janez. 2002. *Pozabljeno bohinjsko zlato*. Cerdonis: Slovenj Gradec.
- Cundrič, Ivo Janez. 2004. *Pripombe na dopolnjen predlog Zakona o Triglavskem narodnem parku (ZTNP-1)*. (Občina Bohinj, Triglavska 35, razgrnitev predloga od 29. 12. do 29. 01. 2004). <http://www.zrc-sazu.si/tnp>.
- Dann, Graham. 1996. »The People of Tourist Brochures«, v: Tom Selwyn, ur. *The Tourist Image: Myths and Mythmaking in Tourism*. Wiley: London.
- de Certeau, Michel. 1984. *The Practice of Everyday Life*. University of California Press: Berkeley–Los Angeles.
- Denning, Michael. 2004. *Culture in the Age of Three Worlds*. Verso: London–New York.
- Des Chene, Mary. 1997. »Locating the Past«, v: Akhil Gupta in James Ferguson, ur. *Anthropological Locations: Boundaries and Grounds of a Field Science*. University of California Press: Berkeley–Los Angeles, str. 66–85.
- Dubois, Laurent. 1995. »'Man's Darkest Hours': Maleness, Travel, and Anthropology«, v: Ruth Behar in Deborah Gordon, ur. *Women Writing Culture*. University of California Press: Berkeley–Los Angeles.
- Duggan, Betty J. 1997. »Tourism, Cultural Authenticity, and the Native Crafts Cooperative: The Eastern Cherokee Experience«, v: Erve Chambers, ur. *Tourism and Culture: An Applied Perspective*. State University of New York Press: Albany, str. 31–58.
- Durkheim, Emile. 1912. *Elementary Forms of the Religious Life*. Allen and Unwin Press: London.
- Enloe, Cynthia. 1989. *Bananas Beaches and Bases; Making Feminist Sense of International Politics*. University of California Press: Berkeley–Los Angeles.

- Entrikin, Nicholas. 1991. *The Betweenness of Place: Towards a Geography of Modernity*. John Hopkins Press: Baltimore.
- Erisman, H. Michael. 1983. »Tourism and Cultural Dependency in the West Indies«. *Annals of Tourism Research*, 10 (3): 337–361.
- Fabian, Johannes. 1983. *Time and the Other: How Anthropology Makes its Object*. Columbia University Press: New York.
- Felc, Vlasta. 2003. »Ni bojazni pred umazanim denarjem«. *Delo*, 30. 09. 2003, str. 6.
- Fox, Richard, ur. 1991. *Recapturing Anthropology: Working in the Present*. School of American Research Press: Santa Fe.
- Gabrovec, Stane. 1987. »Prazgodovina Bohinja«, v: *Bohinjski zbornik*. Skupščina občine Radovljica: Radovljica, str. 30–35.
- Gamper, Josef A. 1981. »Tourism in Austria: A Case Study of the Influence of Tourism on Ethnic Relations«. *Annals of Tourism Research*, 8 (3): 432–446.
- Gorisch, Anne. 2003. »‘There’s no Place Like Home’: Soviet Tourism in Later Stalinism«. *Slavic Review*, 62 (4): 260–285, zima 2003.
- Graburn, Nelson. 1989. »Tourism: The Sacred Journey«, v: Valene Smith, ur. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (druga in dopolnjena izdaja). University of Pennsylvania Press: Philadelphia, str. 21–36.
- Greenwood, Davydd J. 1989. »Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization«, v: Valene Smith, ur. *Hosts and Guests: An Anthropology of Tourism* (druga in dopolnjena izdaja). University of Pennsylvania Press: Philadelphia, str. 171–185.
- Gupta, Akhil in James Ferguson, ur. 1997. *Anthropological Locations: Boundaries and Grounds of a Field Science*. University of California Press: Berkeley–Los Angeles.
- Gupta, Akhil in James Ferguson. 1997a. »Discipline and Practice: ‘The Field’ as Site, Method, and Location in Anthropology«, v: Akhil Gupta in James Ferguson, ur. *Anthropological Locations: Boundaries and Grounds of a Field Science*. University of California Press: Berkeley–Los Angeles, str. 1–46.
- Hampton, Mark. 1998. »Backpacker Tourism and Economic Development«. *Annals of Tourism Research*, 25 (3): 639–660.
- Handler, Richard in Jocelyn Linnekin. 1984. »Tradition, Genuine or Spurious«. *Journal of American Folklore*, 97 (2): 273–290.
- Harvey, David. 1989. *The Condition of Postmodernity*. Blackwell: Cambridge.

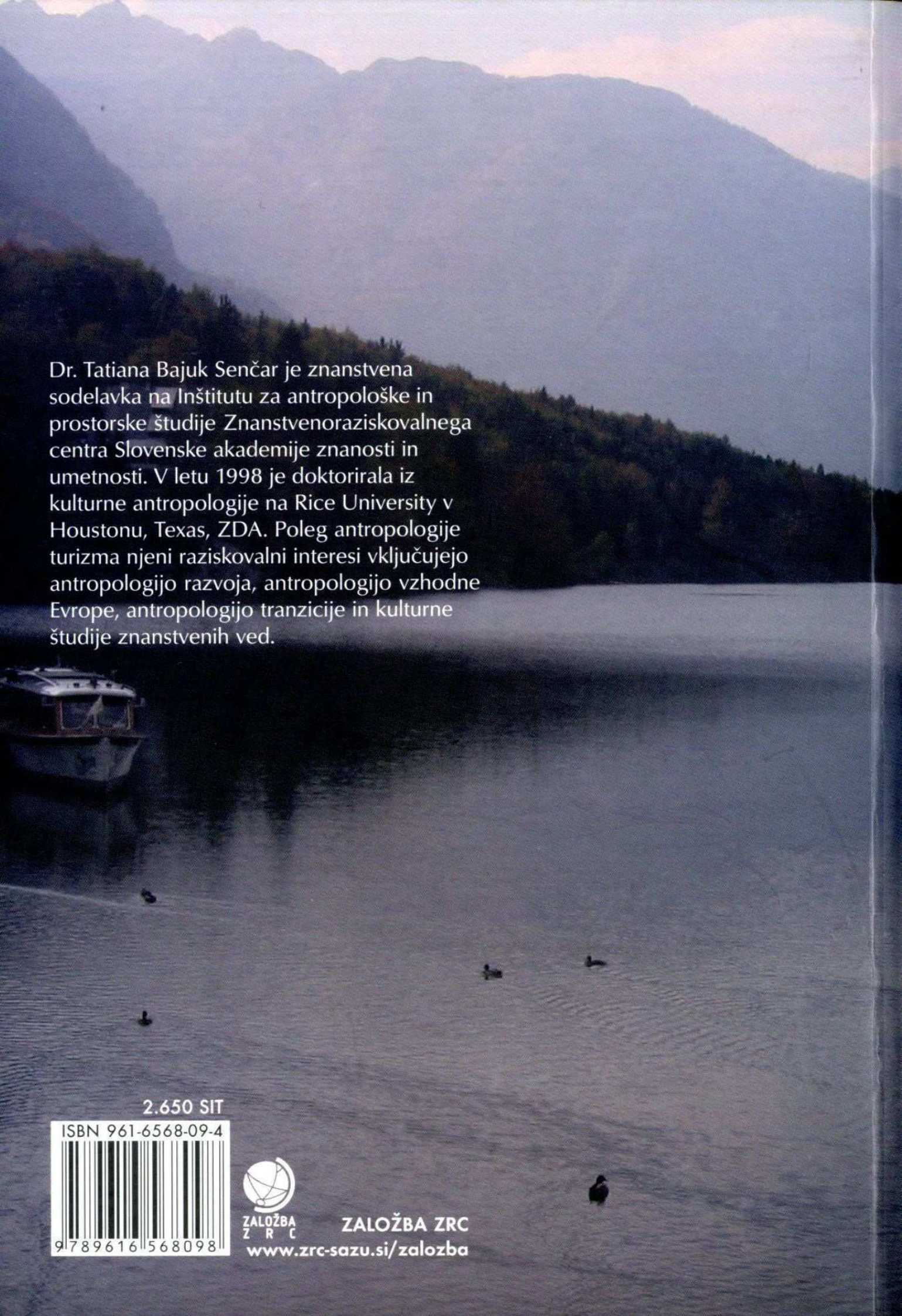
- Herzfeld, Michael. 1987. *Anthropology through the Looking-glass: Critical Ethnography in the Margins of Europe*. Cambridge University Press: Cambridge.
- Huntington, Samuel. 1993. »The Clash of Civilizations?«. *Foreign Affairs*, 72, št. 3.
- Hyland, Stanley E. 1997. »Tourism in the Lower Mississippi Delta: Whose Field of Dreams?«, v: Erve Chambers, ur. *Tourism and Culture: An Applied Perspective*. State University of New York Press: Albany, str. 147–162.
- Jenšterle, Jože. 1999. *Program razvoja turizma v občini Bohinj*. Občina Bohinj in GEA College.
- Keršič - Svetel, Marjeta. 2004. »Ali bomo Slovenci ohranili svoj edini narodni park – in kakšen bo?«. *Ampak*, marec 2004, str. 17–19.
- Klein, Naomi. 2000. *No Logo: No Space, No Choice, No Jobs*. Picador USA: New York.
- Klein, Naomi. 2002. *Fences and Windows: Dispatches from the Front Lines of the Globalization Debate*. Picador USA: New York.
- Kmecl, Matjaž. 1968. »K novemu hotelu pod Vrtovinom v Bohinju«. *Delo*, 17. 03. 1968.
- Kopušar, Sebastian. 2004. »Nevladniki za nov zakon o TNP«. *Dnevnik*, 09. 12. 2004, str. 4.
- Košnjek, Jože. 2003. »Zakon je priložnost za Bohinj«. *Gorenjski Glas*, 28. 11. 2003, str. 3.
- Kučan, Ana. 1998. *Krajina kot nacionalni simbol*. Znanstveno in publicistično središče: Ljubljana.
- Kuklick, Henrika. 1997. »After Ishmael: The Fieldwork Tradition and its Future«, v: Akhil Gupta in James Ferguson, ur. *Anthropological Locations: Boundaries and Grounds of a Field Science*. University of California Press: Berkeley–Los Angeles, str. 47–65.
- Lett, James. 1989. »Epilogue«, v: Valene Smith, ur. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (druga in dopolnjena izdaja). University of Pennsylvania Press: Philadelphia, str. 275–279.
- Lefebvre, Henri. 1991. *The Production of Space*. Blackwell: London.
- MacCannell, Dean. 1999. *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* (tretja in dopolnjena izdaja). University of California Press: Berkeley–Los Angeles.
- MacDonald, Sharon. 1997. »A People's Story: Heritage, Identity and Authenticity«, v: Chris Rojek in John Urry, ur. *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. Routledge: London–New York, str. 155–175.

- Magubane, Bernard. 1973. »The Xhosa in Town, Revisited Urban Anthropology: A Failure of method and theory«. *American Anthropologist*, 75: 1701–1715.
- Mansperger, Mark C. 1995. »Tourism and Cultural Change in Small-Scale Societies«. *Human Organization*, 54: 87–94.
- Marcus, George in Michael Fischer. 1986. *Anthropology as Cultural Critique*. University of Chicago Press: Chicago.
- Marcus, George E. 1999. *Ethnography Through Thick and Thin*. Princeton University Press: Princeton.
- Markelj, Lucija. 1996. *Razvoj turizma v Bohinju po drugi svetovni vojni*. Diplomsko naloga. Filozofska fakulteta, Univerza v Ljubljani: Ljubljana.
- Markeš, Janez. 2003. »Bohinj«. *MAG*, 01. 10. 2003, str. 23.
- McLuhan, Marshall. 1964. *Understanding Media*. McGraw-Hill: New York.
- Meterc, Janez. 1989. *Sledovi prazgodovinskega rudarstva in železarstva v Triglavskem pogorju*. Diplomsko delo.
- Mohorič, Ivan. 1968. *Zgodovina Železnic na Slovenskem*. Slovenska Matica: Ljubljana.
- Mohorič, Ivan. 1969. *Dva tisoč let železarstva na Gorenjskem* (1. knjiga). Mladinska knjiga: Ljubljana.
- Nash, Dennison. 1989. »Tourism as a Form of Imperialism«, v: Valene Smith, ur. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (druga in dopolnjena izdaja). University of Pennsylvania Press: Philadelphia, str. 37–52.
- Noritake, Kanzaki. 1992. »The Travel-loving Tradition of the Japanese«. *Japan Echo*, 19 (4): 66–69.
- Novak, Anka. 1987. »Začetki turizma v Bohinju«, v: *Bohinjski zbornik*. Skupščina občine Radovljica: Radovljica, str. 178–183.
- Nozawa, Hiroko. 1995. »Female Professionals in the Japanese Tourist Industry«. *Annals of Tourism Research*, 18 (3): 484–487.
- Nuñez, Theron. 1963. »Tourism, Tradition in Acculturation: Weekendism in a Mexican Village«. *Ethnology*, 2: 347–352.
- Nuñez, Theron. 1989. »Touristic Studies in Anthropological Perspective«, v: Valene Smith, ur. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (druga in dopolnjena izdaja). University of Pennsylvania Press: Philadelphia, str. 265–274.
- Odermatt, Peter. 1996. »A Case of Neglect?: The Politics of (Re)Presentation: a Sardinian Case«, v: Jeremy Boissevain, ur. *Coping With Tourists: European Reactions to Mass Tourism*. Berghahn Books: Providence–Oxford, str. 84–111.

- Passaro, Joanne. 1997. »'You Can't Take the Subway to the Field!': 'Village' Epistemologies in the Global Village«, v: Akhil Gupta in James Ferguson, ur. *Anthropological Locations: Boundaries and Grounds of a Field Science*. University of California Press: Berkeley, str. 147–162.
- Pleterski, Maruša. 1987. »Železnica v Bohinju«, v: *Bohinjski zbornik*. Skupščina občine Radovljica: Radovljica, str. 174–177.
- Pratt, Mary Louise. 1992. *Imperial Eyes: Travel Writing and Transculturation*. Routledge: London.
- Puijk, Roel. 1996. »Dealing with Fish and Tourists: A Case Study from Northern Norway«, v: Jeremy Boissevain, ur. *Coping with Tourists: European Reactions to Mass Tourism*. Berghahn Books: Providence–Oxford, str. 204–226.
- Putnam, Robert, Robert Leonardi in Rafaella Y. Nanetti. 1993. *Making Democracy Work*. Princeton University Press: Princeton.
- Rabinow, Paul. 1996. *Essays on the Anthropology of Reason*. Princeton University Press: Princeton.
- Račič, Blaž. 2004. »Nevarnost pozidave«. *Delo*, 02. 06. 2004, str. 2.
- Rakovec, Blanka. 2005. »Bohinjska Copacabana«. *MAG*, 02. 02. 2005, str. 48–50.
- Razvojna strategija občine Bohinj. 2004. Razvojna Agencija zgornje Gorenjske: Bohinj.
- Richter, Linda. 1989. *The Politics of Tourism in Asia*. University of Hawaii Press: Honolulu.
- Ritzer, George. 1996. *The McDonaldization of Society*. Pine Forge Press: Thousand Oaks, CA.
- Ritzer, George in Allan Liska. 1997. »'McDisneyization' and 'Post-Tourism': Complementary Perspectives on Contemporary Tourism«, v: Chris Rojek in John Urry, ur. *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. Routledge: London–New York, str. 96–109.
- Rjazencev, Aleksander. 1960. »Železarski Bohinj«. *Železar*, Jesenice.
- Robinson, Jane. 1995. *Unsuitable for Ladies: An Anthology of Women Travelers*. Oxford University Press: Oxford.
- Rojek, Chris in John Urry, ur. 1997. *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. Routledge: London–New York.
- Rosenberg, Harriet. 1988. *A Negotiated World*. University of Toronto Press: Toronto.
- Ryan, Chris. 1991. *Recreational Tourism*. Routledge: London–New York.
- Said, Edward. 1978. *Orientalism*. Pantheon Press.
- Schriber, Mary Suzanne. 1997. *Writing Home; American Women Abroad, 1830–1920*. University of Virginia Press.

- Selwyn, Tom. 1993. »Peter Pan in South East Asia«, v: M. Hitchcock et al., ur. *Tourism in South East Asia*. Routledge: London.
- Selwyn, Tom, ur. 1996. *The Tourist Image: Myths and Mythmaking in Tourism*. Wiley: London.
- Smith, M. Estellie. 1997. »Hegemony and Elite Capital: The Tools of Tourism«, v: Erve Chambers, ur. *Tourism and Culture: An Applied Perspective*. State University of New York Press: Albany, str. 199–214.
- Smith, Valene, ur. 1989. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (druga in dopolnjena izdaja). University of Pennsylvania Press: Philadelphia.
- Smith, Valene. 1989a. »Introduction«, v: Valene Smith, ur. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (druga in dopolnjena izdaja). University of Pennsylvania Press: Philadelphia, str. 6–17.
- Soja, Edward. 1989. *Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical Social Theory*. Verso: London–New York.
- Stiglitz, Joseph. 2002. *Globalization and its Discontents*. Penguin Books: London–New York.
- Stocking, George W., ur. 1983. *Observers Observed: Essays on Ethnographic Fieldwork*. University of Wisconsin Press: Madison.
- Strategija slovenskega turizma 2002–2006. 2002. Ministrstvo RS za gospodarstvo: Ljubljana. (SST)
- Strojin, Tone. 1978. *Gorsko društvo Triglavski prijatelji, predhodnik Slovenskega planinskega društva*. Radovljica.
- Stronza, Amanda. 2001. »Anthropology of Tourism; Forging New Ground for Ecotourism and Other Alternatives«. *Annual Review of Anthropology*, 30: 261–283.
- Sušnik, Dragica. 2004. »Prišleki bi mir, Bohinjci razvoj«. *Delo*, 08. 12. 2004, str. 22.
- Swain, Margaret. 1989. »Gender Roles in Indigenous Tourism: Kuna Mola, Kuna Yala, and Cultural Survival«, v: Valene Smith, ur. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (druga in dopolnjena izdaja). University of Pennsylvania Press: Philadelphia, str. 83–104.
- Swain, Margaret. 1995. »Gender in Tourism«. *Annals of Tourism Research*, 22: 247–266.
- Tsing, Anna. 2000. »The Global Situation«. *Cultural Anthropology*, 15 (3): 327–360.
- Turner, Louis in John Ash. 1975. *The Golden Hordes: International Tourism and the Pleasure Periphery*. Constable Press: London.
- Turner, Victor. 1969. *The Ritual Process*. Aldine Press: Chicago.
- Turner, Victor in Edith Turner. 1978. *Image and Pilgrimage in Christian*

- Culture: Anthropological Perspectives*. Columbia University Press: New York.
- Urry, John. 1990. *The Tourist Gaze*. Sage: London.
- Valentar, Katarina. 2003. »Desant na Bohinj«. *MAG*, 01. 10. 2003.
- Van Gennep, Arnold. 1960 (1908). *Rites of Passage*. University of Chicago Press: Chicago.
- Wahab, Salah. 1975. *Tourism Management*. Tourism International Press: London.
- Ward, Martha C. 1993. *The Hidden Life of Tirol*. Waveland Press: Prospect Heights, IL.
- Weber, Irena. 2003. *Ženski itinerariji: Med antropologijo potovanja in literaturo*. Knjižnica Annales: Koper.
- Wood, Robert E. 1993. »Tourism, Culture and the Sociology of Development«, v: M. Hitchcock et al., ur. *Tourism in South East Asia*. Routledge: London.
- Zarkia, Cornelia. 1996. »*Philoxenia* Receiving Tourists – but not Guests – on a Greek Island«, v: Jeremy Boissevain, ur. *Coping with Tourists: European Reactions to Mass Tourism*. Berghahn Books: Providence–Oxford, str. 143–173.
- Žalar, Andrej. 2002. »Bohinjski turizem in pomisleki«. *Gorenjski glas*, 26. 03. 2002.



Dr. Tatiana Bajuk Senčar je znanstvena sodelavka na Inštitutu za antropološke in prostorske študije Znanstvenoraziskovalnega centra Slovenske akademije znanosti in umetnosti. V letu 1998 je doktorirala iz kulturne antropologije na Rice University v Houstonu, Texas, ZDA. Poleg antropologije turizma njeni raziskovalni interesi vključujejo antropologijo razvoja, antropologijo vzhodne Evrope, antropologijo tranzicije in kulturne študije znanstvenih ved.

2.650 SIT

ISBN 961-6568-09-4



9 789616 568098



ZALOŽBA
Z R C

ZALOŽBA ZRC

www.zrc-sazu.si/zalozba