



Fakultet ekonomije i turizma
“Dr. Mijo Mirković”

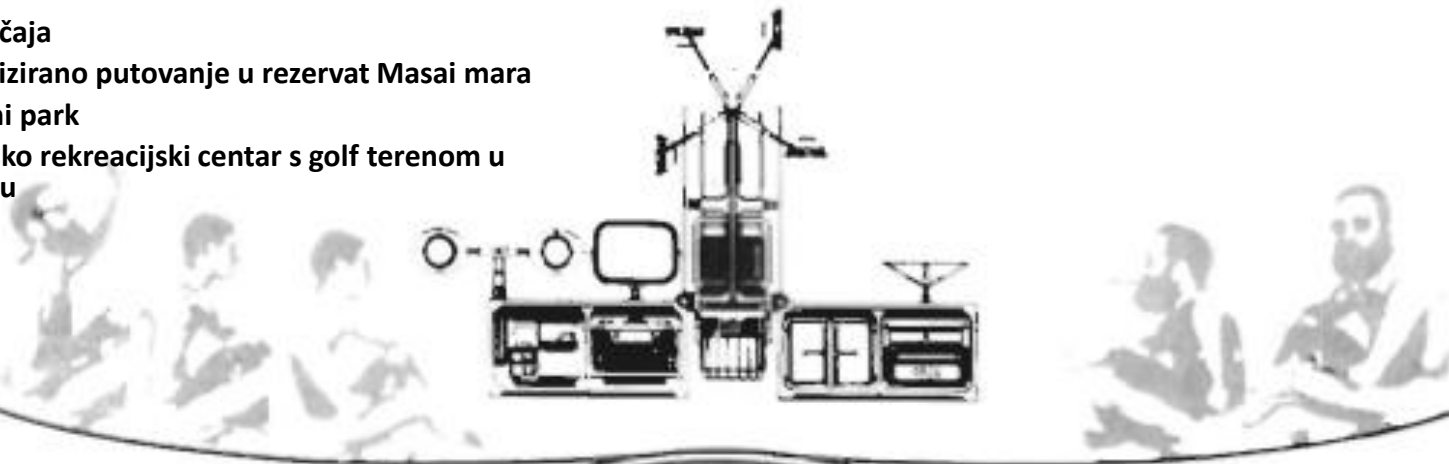
“Okolišni balon” – komodifikacija i kulturni turistički proizvod

FET

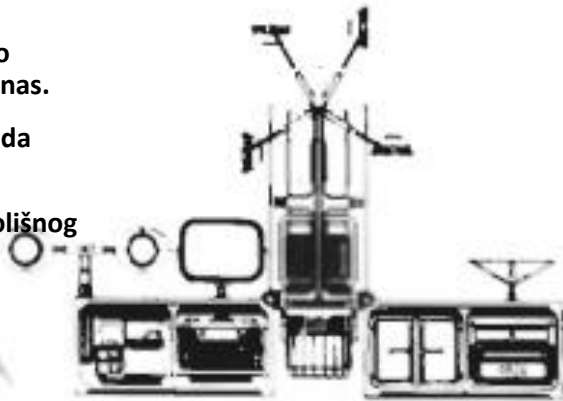
uvod

1. "okolišni balon"
2. Razine "okolišnog balona" prema tipologiji turista
3. "Okolišni balon" i kulturna komodifikacija
4. Porast interesa za avanturom vs "okolišni balon"
5. Studija slučaja
 - 5.1. Organizirano putovanje u rezervat Masai mara
 - 5.2. glavani park
 - 5.3. sportsko rekreacijski centar s golf terenom u Dubrovniku

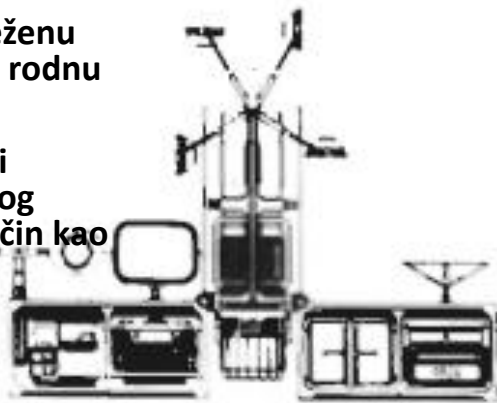
Zaključak



- **Cilj?** Istražiti mogućnost komodifikacije kulturnog turističkog proizvoda i izvan vlastitog “okolišnog balona”.
- **Problem?** Strah od nepoznatog.
- **Hipoteze:**
 1. **Kulturni turistički proizvod se može uspješno komodificirati u “okolišni balon” svakog od nas.**
 2. **Elementi druge kulture nas mogu potaknuti da izađemo iz svog “okolišnog balona”.**
 3. **Koristi su veće ako izađemo iz vlastitog “okolišnog balona”.**



- **“Okolišni balon” je preferencija turista za jednakim uvjetima okruženja kao kod kuće. To je masovni turizam koji često izaziva otuđenje od lokalnog i ograničenje lokalne autentičnosti → nedostatak sigurnosti u destinaciji kao ozbiljan rizik.**
- **Često moderan turist ne napušta svoju uvriježenu okolinu radi neke nove, jer ne može prenijeti rodnu kulturu u novi “okolišni balon”.**
- **U određenoj mjeri on gleda na ljude, mjesta i kulturu društva kroz zaštitne zidove “okolišnog balona”, u okviru kojeg funkcionira na isti način kao što to čini u vlastitom staništu.**



2 Razine “okolišnog balona” prema tipologiji turista

1. Organizirano masovno turističko putovanje,
2. Pojedinac kao masovan turist,
3. Istraživač,
4. Lutalica (Cohen, 2004.).



Organizirano masovno turističko putovanje

- Je u najmanju ruku avanturistička aktivnost, a u najvećoj mjeri je turist ograničen u svom “okolišnom balonu” tijekom njegova putovanja
- Ovaj tip turista kupuje putovanje kao da je to samo još jedna “roba u trgovini”
- Plan njegova posjeta je unaprijed određen, on ne radi gotovo nikakve odluke zbog sebe te ostaje isključivo u svojoj domovini
- Bliskost je na maksimumu, novost na minimum





Pojedinac kao masovan turist

- Ova vrsta turističke uloge je slična prethodnoj
- Tura nije u potpunosti unaprijed isplanirana
- Postoji određena količina kontrole nad vremenom
- Nije vezan uz grupu
- On također ima iskustvo unutar "okolišnog balona" (unutar svoje domovine); iako zna putovati izvan domovine ali samo u njemu poznate destinacije/područja
- Bliskost je i dalje dominantna (nešto manje nego u prethodnom), iskustvo je veće

Istraživač

- Ova vrsta turista dogovara svoj put samostalno
- Nastoji putovati izvan mjesta na kojima je već bio (koliko je to moguće)
- Traži udoban smještaj, pouzdana prijevozna sredstva, pokušava komunicirati s ljudima koje posjećuje te govoriti njihov jezik
- Istraživač se usuđuje napustiti “okolišni balon”
- Novitet dominira, ali zadržava neke osnovne rutine svog rodnog načina života



Lutalica

- Ova vrsta turista ide dalje od načina života svoje domovine.
- Izbjegava bilo kakve veze s turističkim objektom (smatra da je uobičajeno turističko iskustvo lažno), teži tome da sve napravi sam, živi s ljudima, pokušava živjeti na način ljudi koje je posjetio, dijele kuću, hranu i navike, imajući samo najosnovnije.
- Ova vrsta turista nema cilj putovanja.
- U potpunosti uronjen u kulturu domaćina.
- Novost je ovdje na najvišoj razini.



3. “okolišni balon” i kulturna komodifikacija

- U širem razvojnom kontekstu kultura, ili preciznije kulturni identitet i kulturna baština, prepoznati su kao važan čimbenik razvoja jer predstavljaju konstantu u promjeni, tj. sintetizirano znanje ili pamćenje društva, kao i kreativni element i novo gledište na stvari.
- Kultura, održivost, kulturna raznolikost, demokracija i ljudska prava, odnos prema okolišu – sve to predstavlja mnoštvo vrijednosnih određenja koja utječu na razvojne smjerove u društvu pa se te vrijednosti žele osigurati.

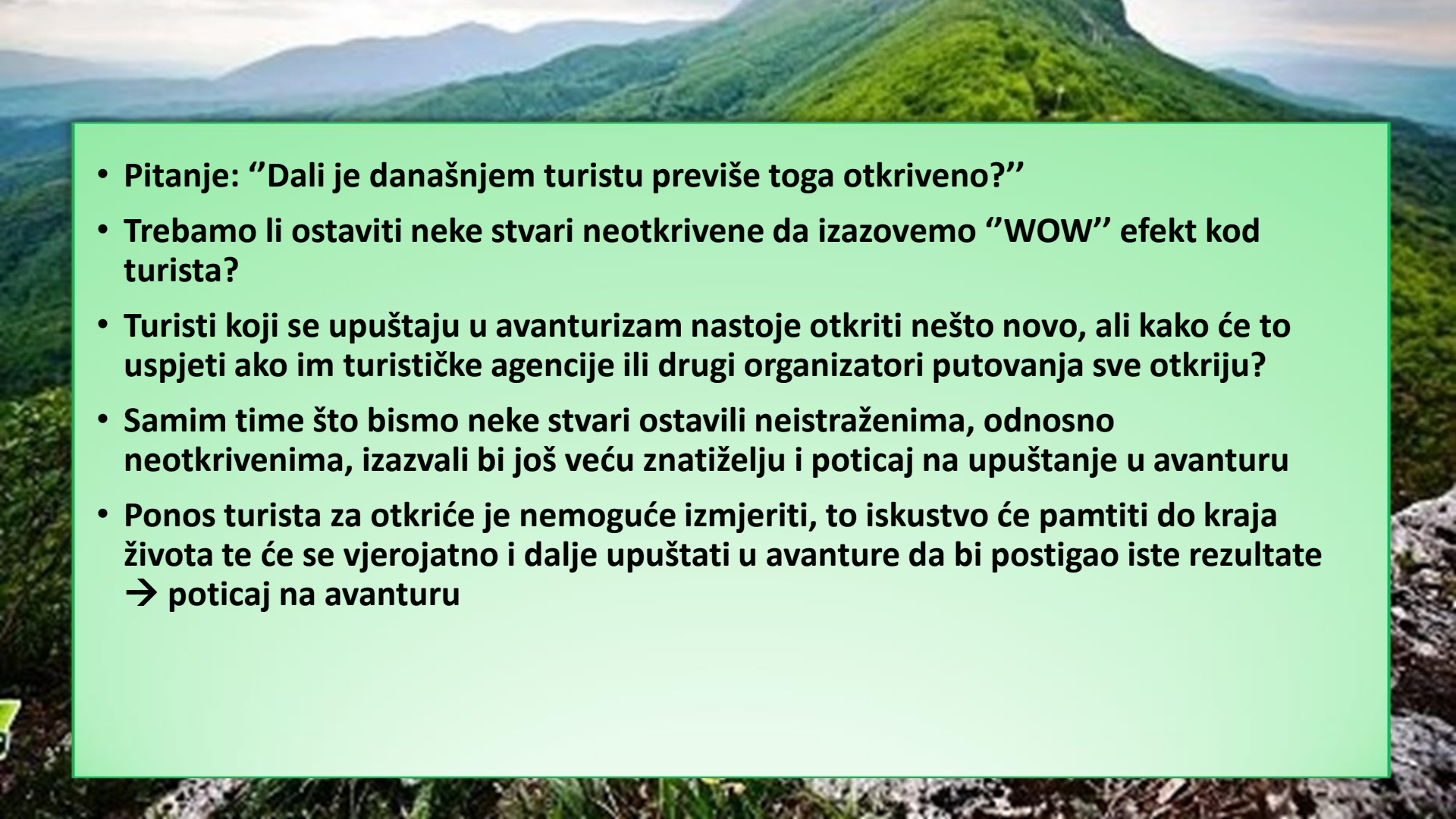
- Danas su ljudi mnogo otvoreniji, upoznati su s drugim kulturama, a neki su čak i otvoreni novim mogućnostima, odnosno spremni na promjenu vlastite kulture.
- Kulturna doba → danas je sve više ljudi koji žele istražiti i vidjeti kulturne građevine jer su iste vidjeli na fotografijama na internetu, preporuka prijatelja ili sl.
- Izlaz iz “okolišnog balona” → upoznavanje drugih kultura
- Pitanje: “Dopušta li to država?” → Sj. Koreja.

F E T

4. Porast interesa za avanturom vs. "okolišni balon"

- Turist mora dobiti iluziju avanture, dok su svi rizici i nesigurnosti za avanturu uzeti iz njegove turneje
- Prije, "avanturistički turizam" nije bio koristan termin, a sada je jedan od industrije najbrže rastućih sektora u svim ekonomskim razinama
- Ljudi žele avanturu, ali njihova avantura nije "avantura" u načinu na koji se riječ treba koristiti

- Sama definicija avanture podrazumijeva neku vrstu istraživanja i pronalaženje nepoznatog (kada postoji lista čekanja za uspon na Mount Everest → avanturistički turizam dosega svoj limit?). (Cohen)
- "Okolišni balon" → jesmo li spremni izaći iz svog "okolišnog balona" i upustiti se u nešto novo?

- 
- **Pitanje: “Dali je današnjem turistu previše toga otkriveno?”**
 - **Trebamo li ostaviti neke stvari neotkrivene da izazovemo “WOW” efekt kod turista?**
 - **Turisti koji se upuštaju u avanturizam nastoje otkriti nešto novo, ali kako će to uspjeti ako im turističke agencije ili drugi organizatori putovanja sve otkriju?**
 - **Samim time što bismo neke stvari ostavili neistraženima, odnosno neotkrivenima, izazvali bi još veću znatiželju i poticaj na upuštanje u avanturu**
 - **Ponos turista za otkriće je nemoguće izmjeriti, to iskustvo će pamtiti do kraja života te će se vjerojatno i dalje upuštati u avanture da bi postigao iste rezultate
→ poticaj na avanturu**



5. Studija slučaja



1. putovanje u rezervat Masai mara

- Kenija, Tanzanija (Afrika)
- Izlaz iz “okolišnog balona” → upoznavanje nove kulture, otvaranje vidika, novih mogućnosti, nov i posve drugačiji pogled na svijet
- Što dobivamo putovanjem?
 - Iskustvo, upoznavanje stanovnika, ali i ostalih putnika,
 - Prilika probati njihovu hranu, upoznati se s kulturom, vjerom, običajima,
 - Želja za upoznavanjem drugih kultura..

2. Glavani park

- Blizina Barbana, Istra
- Svojim čestim inovacijama privlači sve veći broj turista → izaziva navalu adrenalina, potiče ljude da se uključe u aktivnosti koje pruža park
- Odlične cijene posjetitelja privlače još turista te bude znatiželju
- Avanturizam → Otkrivanje samog sebe? Novih osjećaja? Nova uzbuđenja? Nova zanimacija? → turizam
- Izlaz iz “okolišnog balona” → isprobavanje nečeg novog, avanturističkog → izlaz iz svakodnevnice.



INDIVIDUALCI

- ✓ vježba, žuta, plava ruta **100 kn**
- ✓ vježba, žuta, plava, crna ruta: **120 kn**
- ✓ zip-line: **40 kn**
- ✓ ljuljačka: **40 kn**
- ✓ viseći most: **60 kn**
- ✓ vježba, žuta, plava, crna ruta + most: **180 kn**
- ✓ vježba, žuta, plava, crna ruta + ljuljačka: **160 kn**
- ✓ zorb lopta: **50 kn/1 osoba, 80 kn/2 osobe**
- ✓ cijeli program: **230 kn**

DIJECA (DO 10 GODINA STAROSTI)

- ✓ vježba, žuta ruta, plava ruta: **50 kn**
- ✓ vježba, žuta ruta, plava ruta, crna ruta: **60 kn**
- ✓ vježba, žuta, plava, crna ruta + most: **120 kn**
- ✓ vježba, žuta, plava, crna ruta + ljuljačka: **100 kn**
- ✓ zorb lopta: **50 kn/1 osoba, 80 kn/2 osobe**
- ✓ cijeli program: **170 kn**

CIJENA ZA GRUPE OD NAJMANJE 10 LJUDI:

- ✓ vježba, žuta, plava, crna ruta: **80 kn**
- ✓ zip-line: **30 kn**
- ✓ ljuljačka: **30 kn**
- ✓ viseći most: **40 kn**
- ✓ zorb lopta: **30 kn (60 kn 2 osobe)**
- ✓ vježba, žuta, plava, crna ruta + most: **120 kn**
- ✓ vježba, žuta, plava, crna ruta + ljuljačka: **110 kn**
- ✓ cijeli program: **180 kn**

DIJECA (DO 10 GODINA STAROSTI)

- ✓ vježba, žuta ruta, plava ruta, crna ruta: **50 kn**
- ✓ vježba, žuta, plava, crna ruta + most: **100 kn**
- ✓ vježba, žuta, plava, crna ruta + ljuljačka: **90 kn**
- ✓ zorb lopta: **30 kn 1 osoba, 60 kn 2 osobe**
- ✓ cijeli program: **150 kn**

<https://www.youtube.com/watch?v=LpO1vMivaDk>



3. Sportsko rekreacijski centar s golf igralištem u dubrovniku

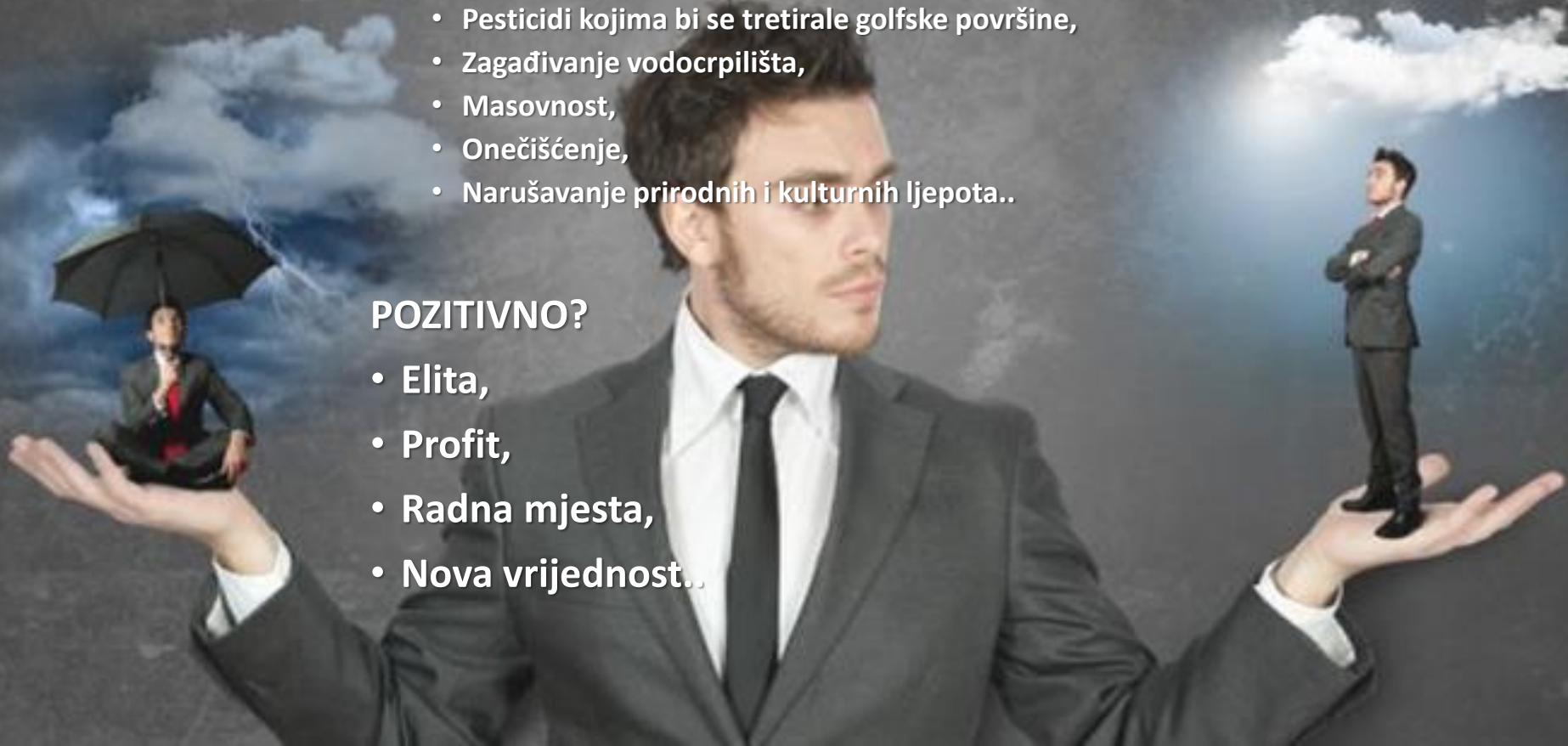
- Maja Ruth Frenkel, Aron Frenkel (2006.) → Greenfield investicija
- Dubrovnik → Monte Carlo
- Nov pogled na “okolišni balon” → u ovom kontekstu grad izlazi iz svog “okolišnog balona”

NEGATIVNO?

- Pesticidi kojima bi se tretirale golfske površine,
- Zagađivanje vodocrpilišta,
- Masovnost,
- Onečišćenje,
- Narušavanje prirodnih i kulturnih ljepota..

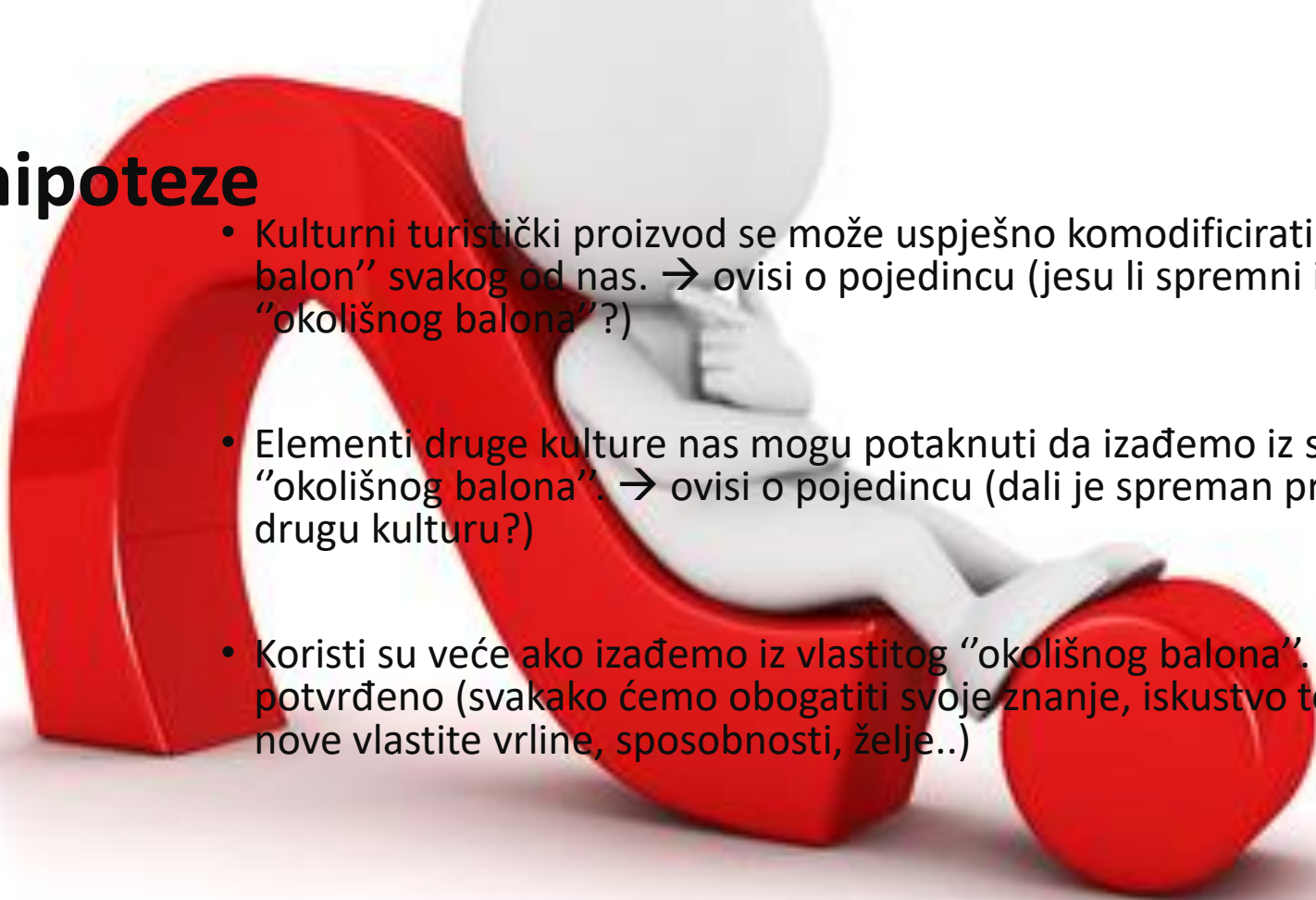
POZITIVNO?

- Elita,
- Profit,
- Radna mjesta,
- Nova vrijednost..



hipoteze

- Kulturni turistički proizvod se može uspješno komodificirati u “okolišni balon” svakog od nas. → ovisi o pojedincu (jesu li spremni izaći iz svog “okolišnog balona”?)
- Elementi druge kulture nas mogu potaknuti da izađemo iz svog “okolišnog balona”. → ovisi o pojedincu (dali je spreman prihvatiti drugu kulturu?)
- Koristi su veće ako izađemo iz vlastitog “okolišnog balona”. → potvrđeno (svakako ćemo obogatiti svoje znanje, iskustvo te upoznati nove vlastite vrline, sposobnosti, želje..)



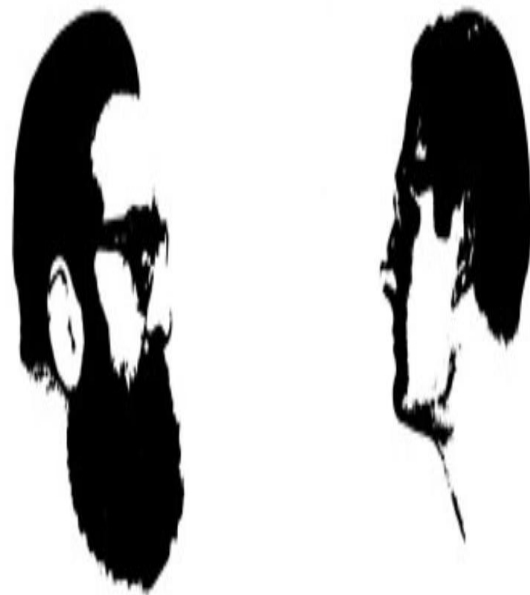
zaključak

Uz masovni turizam, turistička politika trebala bi se intenzivnije orijentirati na razvoj specifičnih oblika turizma za koje ima komparativne i konkurentske prednosti poput (ljetnog, zimsko-sportskog, golfa i dr.), kulturnog, zdravstvenog (posebno wellness), ruralnog turizma i dr. Time bi se stvorila nova kvaliteta turističke ponude, prostorna disperzija turističkog prometa prema unutrašnjosti hrvatske te utjecalo na smanjenje današnjeg izrazito SEZONSKOG KARAKTERA hrvatskog turizma. Te bi se naravno utjecalo na svijest ljudi koji bi proširili vidike i uputili se izvan "okolišnog balona" koji su stvorili.

A HOME IS NOT A HOUSE

Reyner Banham

illustrated by François Dallogret



It's time we
all stopped
living our
lives in a
bubble.



Biste li vi ostali u svom "okolišnom balonu"?

F E T

