Uvod

Miha Lesjak

UP Fakulteta za turistične študije – Turistica
miha.lesjak@fts.upr.si

Marijana Sikošek

UP Fakulteta za turistične študije – Turistica
marijana.sikosek@fts.upr.si

Simon Kerma

UP Fakulteta za turistične študije – Turistica
simon.kerma@fts.upr.si

Turizem je kompleksen družbeni fenomen, po svoji naravi podrejen nenehnim spremembam in dinamiki aktivnosti, ki so odraz prilagoditev na potrebe sodobne družbe. Te prilagoditve narekujejo drugačen slog, način in tempo življenja, kar se odraža v kakovosti dela in preživljanja prostega časa ter posledično v pričakovanem standardu prebivalstva. Priča smo intenzivni diverzifikaciji potreb (interesov) posameznika in družbenih skupin v sicer izrazito zaostrenih razmerah (hiper)potrošniške globalizacije. Turizem je potrebno misliti dialektično, saj je tudi sam postal eden vplivnejših dejavnikov transformacijskih procesov, ki se kažejo kot posledice okoljskih in družbeno-ekonomskih sprememb v svetu.

Lesjak, M., Sikošek, M., in Kerma, S. (ur.). (2020). *Tematski turizem: teoretični in aplikativni primeri oblik turizma v svetu in Sloveniji*.

<https://doi.org/10.26493/978-961-293-042-4.7-16>

Izkustvena in empirična dejstva kažejo, da se je turizem razvil v eno največjih in globalno najpomembnejših gospodarskih panog, ki po podatkih World Travel Tourism Council iz leta 2019 prispeva več kot 10 % v svetovni bruto domači proizvod. Turistična potovanja po drugi svetovni vojni beležijo konstantno, domala eksponentno rast. Od leta 1950, ko je potovalo 25 milijonov ljudi, je ta številka po podatkih Svetovne turistične organizacije ob koncu leta 2019 narasla že na 1,5 milijarde turistov. Ekonomska moč turizma se na mednarodnem prizorišču kaže predvsem na strani izvoza, kar ob zaposlovanju velikega števila ljudi omogoča pozitivne razvojne možnosti, s tem pa tudi družbeno relevantna pogajalska izhodišča z zavestnim vključevanjem trajnostnih in odgovornih načel. Turistični sektor (ali turistična industrija) je v tem smislu lahko močan generator družbeno-kulturnega in okoljskega razvoja številnih razvitih in manj razvitih držav ali regij. Razvoj novih turističnih destinacij tako med drugim omogoča priložnost za odpiranje novih delovnih mest in zaposlovanje lokalnih prebivalcev, investicije v osnovno in turistično infrastrukturo, povečanje finančnih sredstev in poslovnih priložnosti, krepitev lokalne identitete in (samo)zavesti, kar se posledično mora odražati tudi v boljši kakovosti življenjske ravni prebivalstva. Pa vendar se je potrebno zavedati, da turizem prinaša tako pozitivne kot tudi negativne ekonomske, družbene in okoljske učinke, zato je nujno potrebno spremljanje njegovih učinkov skozi model trojnega izida (angl. *triple bottom line*).

Globalni turizem je v širšem smislu, vsled ekonomskim zakonitostim s prevladujočo logiko rasti in profita, kot rečeno, nujno podrejen nenehnim družbenim spremembam, ki se odražajo v binarnem sistemu oblikovanja (ter prepletanja) turističnega povpraševanja in ponudbe. Želja po potovanju in raziskovanju novih krajev, kultur, običajev, naravnih atrakcij idr. je pri ljudeh zgodovinsko prisotna. To pogosto povezujemo z motivi za počitek in regeneracijo, rekreacijo v privlačnem naravnem okolju, kulturno ali religiozno udejstvovanje, zabavo ter obiske sorodnikov in prijateljev ali znancev v drugem, največkrat tudi drugačnem okolju. Različni pogledi in vrednote posameznikov so tako oblikovali kompleksne turistične potrebe, ki so jih zaznali ponudniki turističnih storitev, ti pa jih ponujajo različnim segmentom njihovih uporabnikov. Posameznikove potrebe po spremembi okolja, svobodi, druženju, ustvarjanju, iskanju novih izkušenj in doživetij so povezane s čustvi in so podlaga za motivacijski

premik k turističnim aktivnostim. Turistom pomenijo zadovoljevanje lastnih potreb, pridobivanje novega znanja in zadovoljevanje nekih drug(ačn)ih motivov, ki so nastali že pred odločitvijo za premik iz lastnega (znanega) okolja oz. kraja bivanja.

Potovanja ali počitnice, katerih glavni motiv so plaža/pesek, sonce in morje, še vedno veljajo za predmet množične izbire turistov. Destinacije z uniformirano in standardizirano ponudbo 3s (angl. *sea, sand, sun*) v poletnih mesecih praviloma krepko presegajo dovoljeno kapaciteto nosilne zmogljivosti turistov in obiskovalcev, medtem ko je njihova podoba izven sezone povsem drugačna. Mediteranske obmorske destinacije, ki ponujajo klasične turistične produkte sonce, morje in plaže/pesek, se tako soočajo s težavami presežka turističnih obiskov (angl. *overtourism*) in hkrati kličejo po novih strateških usmeritvah upravljanja s turizmom, ki bi bil enakomernejši skozi celo leto. Podatki Svetovne turistične organizacije za leto 2016 so bili več kot nazorni: mediteranske države so namreč v času poletnih dopustov zabeležile preko 392 milijonov mednarodnih prihodov, kar je ogromna številka. Predstavljamo si lahko, kako močan pritisk pomeni to za morske in obalne ekosisteme ter kakšni so možni učinki in posledice za okolje ter lokalno prebivalstvo.

Razvoj posebnih oblik ali zvrsti turizma obravnavamo kot tematski turizem, ki v turistični sektor prinaša nove dimenzije oblikovanja turističnih produktov in močno vpliva na spremembe potovalnih motivov turistov. Tematske oblike turizma so povezane z naravo, s kulturo, športom, z gastronomijo, s prireditvami in številnimi drugimi vsebinami ter kot take lahko spreminjajo potovalne navade turistov, ko se jim ponujajo možnosti za segmentirano odločanje za krajše ali daljše počitnice. Ponudba glasbenih tematskih festivalov, športnih aktivnosti v naravi, kulinaričnih doživetij in raziskovanja različnih kulturnih posebnosti tako postajajo prevladujoči motiv(i) za krajše (a tudi precej intenzivne) vikend pobege od »sivine« vsakdana, lahko pa so enostavno podaljšek ali dopolnitev taiste vsakdanje rutine oz. življenjskega sloga posameznika. Daljše počitnice po drugi strani največkrat predstavljajo kombinacijo ležernega poležavanja na plaži in aktivnosti, ki jih preko tematskih oblik ponujajo izbrane turistične destinacije. V paleti tematskih turističnih produktov, ki jih razvijajo upravljavci turističnih destinacij, lahko posameznik preko sodobnih tehnoloških orodij že pred svojim prihodom na ciljno destinacijo (so)kreira sebi ljube turistične aktivnosti. Turist v realnem

času tudi spoznava podobno misleče turiste, ki jih zanimajo izbrani tematski turistični produkti, za katere se je odločil na podlagi priporočil, in tako ocenjuje koristnost izkušnje (konzumacije) izbrane turistične ponudbe. Lastna doživetja v realnem času deli s svojimi prijatelji preko družbenih omrežij in s tem ustvarja nove moderne komunikacijske kanale osebnih izkušenj.

Težnje turistov so danes usmerjene v turistično ponudbo trajnostnih, avtentičnih in doživljajskih turističnih produktov. Lahko bi rekli, da turisti iščejo integralne turistične proizvode, ki vsebujejo doživetje, vznemirjenje, pobeg, izobraževanje, zabavo in ekologijo (angl. 6E – *experience, excitement, escape, education, entertainment, ecology*). Sodobno zasnovani turistični proizvodi predstavljajo (ponovni) alternativni odgovor na – vsaj zdelo se je tako – že preživeti množični turizem, temelječ na ponudbi 3s. Turistični ponudniki se tudi zaradi hitrih tehnoloških sprememb soočajo z novimi izzivi in svojo priložnost vidijo v razvoju individualne (personalizirane) in trajnostno/odgovorno naravnane ponudbe turističnih storitev.

Individualno turistično povpraševanje posledično inducira in omogoča razvoj različnih specifičnih oblik turistične ponudbe, ki je tako posebej oblikovana po pričakovanjih in željah turista. Razvoj tehnologije in dostopnost turističnih produktov na svetovnem spletu danes posamezniku nudi možnost oblikovanja turističnih produktov po lastni meri. Potrebe po aktivnem počitku, druženju z lokalnimi prebivalci, spoznavanju lokalne kulture in običajev pa so osnova za oblikovanje tematskih turističnih produktov, namenjenih segmentiranim uporabnikom. Številne svetovne destinacije tako oblikujejo tematsko usmerjene turistične produkte za različne segmente turističnih uporabnikov z namenom boljše in kvalitetnejše turistične izkušnje. Razvoj tematskega turizma je z vidika turistične ponudbe destinacije povezan s strateškimi in z marketinškimi razvojnimi usmeritvami. Turistične destinacije se na podlagi razvitosti kulturnih, naravnih in drugih resursov odločajo, katere tematske oblike turizma ponuditi svojim gostom. Poleg »mega trendov« tematskega turizma je zavedanje po odgovorni in trajnostni turistični ponudbi vedno prisotnejše in soustvarja turistična doživetja. Ta doživetja so vedno bolj prilagojena uporabniku, ki postaja vse bolj individualiziran, ima na voljo več prostega časa, dostop do novih tehnologij in informacij ter hitrejšje in cenejše pogoje potovalne mobilnosti. Vse to močno vpliva na oblikovanje ponudbe turističnega

trga in zahteva številne prilagoditve ponudnikov turističnih produktov (organizatorjev potovanj in potovalnih agencij). Spremembe so vidne v porastu novih turističnih trgov in diferenciaciji turističnih produktov. Destinacije so vedno raznovrstnejše in praktično ni več kotička na našem planetu, ki bi se nahajal pod radarjem iskanja novih turističnih prostorov. Še več: ti prostori se na eni strani širijo že onkraj Zemljine atmosfere v vesolje, na drugi strani pa v brezmejna virtualna prostranstva.

Tematski turizem po definiciji, ki je sicer še vedno predmet konceptualnih razprav, opredeljujejo potovanja s posebnim ciljem oziroma specialnim interesom. Pri tem je na mestu argument, da kolikor je različnih zanimanj pri ljudeh, posameznikih ali interesnih skupinah, toliko je lahko tudi tematskih turističnih destinacij. A je v isti sapi potrebno poudariti mnenje mnogih avtorjev, da se ti interesi (ali motivi) praviloma medsebojno prepletajo in da zelo težko govorimo o »čistih« tematskih oblikah turizma. Zato so vsekakor možne, pričakovane in nenazadnje tudi zaželenne različne kombinacije oblik ali zvrsti turistične ponudbe, ki se v produktni naravnosti odražajo v kreiranju prej omenjenih integralnih turističnih proizvodov.

Trendi, ki oblikujejo nove poti turizma, so močno povezani z družbenimi spremembami, globalizacijo in s politično-ekonomskimi dejavniki, z demografskimi kazalniki in naravnimi resursi ter tehnologijo. Na prihodnost turizma pa bodo – tako kot so doslej – vsekakor vplivale tudi nepredvidljive posledice večjih naravnih katastrof, varnostnih groženj (vojne in terorizem) ter zdravstvenih pandemij. Kljub temu, da se je turizem v zadnjih desetletjih močno spremenil in postal pomemben globalni družbeno-gospodarski dejavnik, bo v prihodnje nujno upoštevati smernice odgovornega razvoja turizma. Odgovorni turizem narekuje aktivno sodelovanje in odgovorno ravnanje vseh vključenih deležnikov, ki naj hkrati stremijo k odkrivanju inovacijskega potenciala in s pomočjo novih tehnologij tudi kreirajo obogatene turistične izkušnje, vsebinsko artikulirane v lokalni (gostiteljski) skupnosti. Ponudba tematskega turizma bo ob sodelovanju aktivnih deležnikov (turisti, lokalna in državna uprava, turistični ponudniki in lokalna skupnost) odgovornemu uporabniku omogočala trajnostne turistične izkušnje in večjo blaginjo za lokalne skupnosti.

Monografija z naslovom *Tematski turizem: teoretični in aplikativni primeri oblik turizma v svetu in Sloveniji* obravnava področje raz-

ličnih motivov za potovanja, ki generirajo posebne, tematske oblike turizma. Neločljivi del tematskega turizma so tako značilne vsebine turističnih storitev in produktov na destinaciji, ki se nanašajo na posebne potovalne motive posameznikov. Zato so tako posamični produkti kot sestavljena ponudba specifično tematsko obarvani, s tem pa se je vsled jasnejšega ločevanja med vsebinami posamične ponudbe razvilo specifično poimenovanje različnih turističnih oblik (ali zvrsti), ki jih označujemo kot tematski turizem. Različni motivi za potovanja in s tem raznolikost turistične ponudbe so nastali kot posledica vse večje individualizacije v turističnem povpraševanju in odgovora ponudnikov storitev, da končnemu potrošniku teh storitev, torej turistu, ponudi karseda po njegovi meri oblikovan proizvod. V tem smislu nas torej zanimajo predvsem aktualni trendi oblikovanja turistične ponudbe ter celovita obravnava teoretičnih in aplikativnih primerov posameznih tematskih oblik turizma, posebej izbranih in povezanih na enem mestu.

Pričujočo znanstveno monografijo tako poleg uvodnih razmišljanj sestavlja trinajst tematsko obarvanih poglavij, ki jih posamično ali v soavtorstvu podpisuje skupaj petnajst različnih avtoric in avtorjev. Vsako poglavje predstavi izbrano tematsko obliko turizma glede na globalne in nacionalne specifične ter izpostavi raziskovalne trende obravnavanega tematskega področja. Avtorji poglavij – kljub različnim konceptualnim in metodološkim pristopom – smiselno in kontekstualno povzemajo vsebine primerjalnih mednarodnih študij na različnih ravneh ter jih povezujejo s svojimi empiričnimi in teoretičnimi študijami, ki so eksplanatorne in konfirmatorne narave. Vsebinski nabor poglavij (izbranih tematskih oblik turizma) je narekovalo več dejavnikov; v prvi vrsti seveda kompetentnost avtoric in avtorjev, ki se v svojem pedagoškem in raziskovalnem delu bolj poglobljeno posvečajo predstavljenim tematikam turističnih študij. Pri tem smo posebno pozornost namenili tako »tradicionalnim«, torej dlje časa prisotnim in uveljavljenim, oblikam turizma kakor tudi novejšim, takim, ki so se pojavile v zadnjem času in se šele pozicionirajo na zemljevidu turistične ponudbe. Temu v grobem sledi sama struktura monografije po poglavjih, ki so si – izhajajoč iz glavnih skupin turističnih resursov – tudi vsebinsko komplementarna in se navezujejo ena na drugo.

Prvo poglavje o kulturnem turizmu so prispevali Irena Weber, Katja Hrobat Virloget in Aleš Gačnik. V maniri humanistične tradicije in

kritičnega družboslovja opozarjajo na potrebo po holistični in interdisciplinarni obravnavi turizma kot totalnega družbenega fenomena. Predstavljene so nekatere od temeljnih zagat sodobnih razprav o kulturnem turizmu, ki se nahajajo na različnih disciplinarnih bregovih, pri čemer je izrazito dominanten poslovno-upravljalški oz. tržni pristop, ki turizem misli parcialno, industrijskoproduktno in ne celostno.

Drugo poglavje avtorice Tadeje Jere Jakulin nas popelje skozi zgodovino romanj vse do romarskega in verskega turizma, ki sta po svoji vsebini lahko namenjena tako verujočim (pomembnejša je pot) kot neverujočim (izpostavljen je cilj). Hkrati romarski in verski turizem postajata gospodarska generatorja na vseh območjih, ki jih romarji in turisti obiskujejo.

V tretjem poglavju se Metod Šuligoj posveti izjemno občutljivi temi temačnega turizma, ki je povezan z vojaškimi konflikti, nasiljem in tudi naravnimi katastrofami, te pa povzročajo smrt in trpljenje. Gre za specifično obliko turizma, ki je lahko zanimiva le določenemu segmentu turistov, a vključuje pester izbor destinacij v svetu in pri nas, hkrati pa odpira številne (etične) dileme.

Četrto poglavje avtoric Maje Uran Maravič in Kaje Sajovic o gastronomskem turizmu je po vsebini gotovo lahkotnejše in tudi naslavlja slehernega turista, saj je prehranjevanje osnovna fiziološka potreba vsakogar, hrana in kulinarika pa osnova turistične ponudbe. Vprašanje seveda je, ali je pri tem gastronomija primarni oz. prevladujoči motiv za obisk in »konzumacijo« neke destinacije. Vsekakor gre za izjemno popularno vrsto turizma v svetu in pri nas – tudi v perspektivi Slovenije kot Evropske gastronomske regije 2021.

Peto poglavje o vinskem turizmu, ki ga obravnavata Simon Kerma in Aleš Gačnik, se tesno povezuje s prejšnjim. Akademsko tradicija raziskovanja vinskega turizma je celo nekoliko daljša in starejša od prvih sistematičnih študij s hrano povezanega turizma. Obe specifični obliki pa je vsekakor potrebno umestiti v širši kontekst kulturnega turizma. Pri obravnavi vinskoturistične destinacije in njene identitete je lahko zelo uporaben koncept *terroir*, kar velja za vinorodna območja, je pa eden zanimivejših paradoksov te vrste turizma dejstvo, da se lahko uspešno razvija tudi v urbanih okoljih izven vinskih regij. V kontekstu razvoja podeželja se avtorja zavzemata za sistematično revitalizacijo vinskih turističnih cest pri nas.

Šesto poglavje o prireditvenem turizmu ter sedmo poglavje o po-

slovnem turizmu in kongresni dejavnosti sta prav tako izrazito komplementarni, saj povezujeta prireditve in turizem. Avtorica obeh poglavij je Marijana Sikošek, ki prireditve izpostavlja kot svojstven fenomen človekovega delovanja. Prireditve imajo v človeški zgodovini posebno vlogo, saj pomenijo združevanje ljudi zaradi prav posebnih motivov: kulturnih, športnih, poslovnih, umetniških in drugih, kar vodi do pojava posebnih prireditev, ki so organizirane s točno določenim namenom in na točno določeni destinaciji. Avtorica se v sedmem poglavju posveča edinstveni vrsti prireditev, to je poslovnim srečanjem, ki v nasprotju z vsemi drugimi vrstami prireditev ne terjajo prostega časa udeležencev. Zato je poslovni turizem v resnici unikum, saj ga ne definira paradigma prostega časa, poslovna potovanja oz. z njimi povezana kongresna dejavnost pa je pogosto prav zaradi svojega temeljnega poslanstva – organizacije komunikacije in mreženja – razumljena kot industrija srečanj in gibalno gospodarskega razvoja družbe.

V osmem poglavju nam Anton Gosar predstavi tematiko križarjenja v kontekstu navtičnega turizma. Popelje nas na pomorska turistična potovanja skozi čas in se nato poglobi v značilnosti sodobnih križarjenj, ki vključujejo tudi pristaniško mesto Koper z izbranimi turističnimi destinacijami pri nas. Posebej dragocena je zaključna analiza o učinkih in problemih množičnih turističnih križarjenj na različnih morskih in obmorskih destinacijah sveta.

Deveto poglavje avtorja Mihe Lesjaka obravnava športni turizem, ki povezuje dve temeljni področji človekovega delovanja, šport/rekreacijo in turizem. Ti področji si delita številne skupne cilje in vrednote. Športni turizem vključuje širok spekter s športom povezanih aktivnosti, ki se odvijajo tako v družbeno-kulturnem kot tudi naravnem okolju. V zaključku so izpostavljene tudi nekatere nove oblike športnega turizma, ki se nanašajo predvsem na e-športne vsebine.

V naslednjem poglavju o ekoturizmu se Simon Kerma in Matej Vranješ sprva posvetita samemu pojmu ekoturizem in konceptualnim dilemam pri njegovi definiciji. V nadaljevanju se posvetita tipološki opredelitvi profila ekoturistov in predstavita prizorišča, kjer se ekoturizem lahko odvija. Zanimivo je, da to ni izključno naravno okolje, pač pa tudi podeželje in (pogojno) celo urbano okolje. Posebno pozornost pa avtorja namenita obravnavi razvoja (eko)turizma v zavarovanih območjih in tamkajšnjim izzivom upravljanja z obiskom.

Zadnja tri poglavja predstavljajo novejša oz. manj poznane (vsaj pri nas) tematske oblike turizma.

V enajstem poglavju se Darija Cvikl posveti za Slovenijo izjemno perspektivnemu gozdnemu turizmu, ki – presenetljivo – niti v mednarodni strokovni in znanstveni literaturi še ni uveljavljen pojem. Avtorica na podlagi temeljitega pregleda literature identificira štiri definicije, na podlagi katerih konceptualizira gozdni turizem in opredeli turistične privlačnosti gozda ter oblike turističnih aktivnosti v gozdu v svetu in pri nas.

Naslednje, dvanajsto poglavje pod avtorstvom Mihe Kodermana je povezano s turizmom iskanja korenin (angl. *roots tourism*). Ta se je uveljavil kot samostojno poimenovanje sklopa turističnih aktivnosti, povezanih z obiskovanjem nekdanje domovine s strani izseljencev in njihovih potomcev. Po natančni opredelitvi koncepta turizma iskanja korenin se avtor posveti temeljiti analizi razvoja turistične ponudbe za izseljence in njihove potomce v slovenskem prostoru skozi različna zgodovinska obdobja.

Zadnje poglavje je prispeval Iztok Bončina in obravnava vesoljski turizem. Gre za povsem novo obliko turizma 21. stoletja, pri čemer avtor opozori na določena neskladja in dileme, povezane z natančno definicijo oz. opredelitvijo samega pojma. V nadaljevanju natančno predstavi astroturizem, ki je predhodnik vesoljskega turizma. Slednji se deli na suborbitalni in orbitalni turizem, obstajajo pa tudi načrti o izgradnji hotelov v vesolju in resna razmišljanja o lunarnem in medplanetarnem turizmu. O vesoljskem turizmu v Sloveniji seveda (še) ne moremo govoriti, je pa močno razvit astroturizem z opazovanjem in raziskovanjem vesolja.

Pred nami je torej monografija, ki na podlagi sistematičnih in izčrpnih obravnav posameznih oblik turizma v slovenski prostor prvič prinaša pojasnjevalne in konceptualne utemeljitve izbranih tematskih oblik turizma na enem mestu ter za vsako izmed njih omogoča vpogled v novejša spoznanja. S tem zapolnjuje vrzel v znanstveni obravnavi predmetnega področja in nudi referenčni okvir za nadaljnje raziskave. Prav gotovo bi lahko v monografijo vključili še kar nekaj relevantnih tematskih oblik turizma, a smo bili pri tem v določeni meri omejeni z obsegom, zato verjamemo, da se nam bodo v prihodnji izdaji s svojimi prispevki pridružili tudi drugi avtorji.

Pričujoča monografija je bila dokončana v za turizem zelo zahtevnih okoliščinah, ki jih je povzročila pandemija COVID-19, zato se pred

avtorje postavlja nov izziv: premislek o zahtevah, ki jih narekujejo posledice pandemije, in njihovem vplivu na sodobne turistične trende ter s tem povezana morebitna redefinicija vsake izmed tematskih oblik turizma. Prepričani smo, da bo za to še priložnost ob morebitni novi, dopolnjeni izdaji.