

НИКОЛА БОШАЛЕ

СОЦИОЛОШКИ АСПЕКТИ НА ТУРИЗМОТ  
(Докторска теза)

Скопје, 1976 година



## СОДРЖИНА

### СОЦИОЛОШКИ АСПЕКТИ НА ТУРИЗМОТ

#### МЕТОДОЛОШКИ ПРИСТАП

##### I - Глава

#### СОЦИОЛОШКИ ОСНОВИ НА ТУРИЗМОТ (теориски становишта)

1. СОЦИЈАЛНА УСЛОВЕНОСТ НА ТУРИЗМОТ . . . . .	19
2. ПРОТИВРЕЧНОСТИ ВО ТУРИЗМОТ . . . . .	19 - 37
3. ТУРИЗМОТ КАКО СЕОПШТА ПОТРЕГА . . . . .	37 - 53
4. ТУРИЗМОТ КАКО СПЕЦИФИЧНА АКТИВНОСТ . . . . .	53 - 68
5. СПЕЦИФИЧНОСТ НА ТУРИСТИЧКАТА ПОТРОШУВАЧНА . . . . .	68 - 91
6. ТУРИСТИЧКИ МОДЕЛИ . . . . .	91 - 120

##### II - Глава

#### ВРЕМЕТО, ПРОСТОРОТ И ЛУЃЕТО ВО ТУРИЗМОТ (резултати од емпириски ивчувања)

1. ОСНОВНИ СТАНОВИШТА . . . . .	120 - 130
2. СЛОБОДНОТО ВРЕМЕ НА РАБОТНИЦИТЕ И ГРАЃАНИТЕ (анкетни испитувања) . . . . .	130 - 154
3. ПЛАНИРАЊЕ НА ТУРИСТИЧКИТЕ ПРОСТОРИ . . . . .	154 - 165
4. ТУРИЗМОТ ВО МАКЕДОНИЈА И МАКЕДОНЦИТЕ ВО ТУРИСТИЧКИТЕ ПРОСТОРИ (езерски туризам, планински туризам; бански туризам; транзитен туризам; туризам на нашето море; место заклучоци) . . . . .	165 - 225
5. СТРАНЦИ ВО НАШИТЕ ТУРИСТИЧКИ ЛОКАЛИТЕТИ	
А - КОИ СЕ ГОСТИТЕ: . . . . .	225 - 298
( холанѓани; чехословаци; французи; италијани; англичани, австријци; германци; општи тенденции)	
Б - СМЕСТУВАЧКИ КАПАЦИТЕТИ . . . . .	298 - 346
(гостите сместени во хотели и приватни сместувалишта; туристи сместени во кам- пови; обопштена слика).	
6. ПОВАЖНА ЛИТЕРАТУРА - цитирана . . . . .	346 - 347



## МЕТОДОЛОШНИ ПРИСТАП

Туризмот е нова појава а масовниот негов израз е карактеристичен за втората половина од нашиот век. Експанзија туристична го зафати светот и особено земји и народи, социјални групи и луѓе што располагаат со слободно време и со слободни материјални средства. За ова потребни биле сепак и развиени интереси за допири со природните сили и стихии, интереси за нови простори и луѓе, за други народи и култури, за нови и се понови доживувања и остварувања. Небројани туристи го крстосуваат светот, масовно ја „онутираат“ Европа и нашата земја. Само во текот на една година во Југославија влегуваат и излегуваат над стотина милиони.

Југославија е многу привлечна. Богата со природни убавини, со многу редкости на природата и со особености на околината карактеристични за преиндустрискиот период. Нашата земја е позната со траги што ги оставиле старите култури и цивилизации и со уметнички остварувања. Нашиот човек и општествен систем се отворени, луѓето гостопримливи и желни за допири и влијанија, спремни за комуникација, за заеднички спреги и зближувања. Поаѓајќи од овие нешта се носиме со амбиции да се развиваме и остваруваме согласно на современите потреби на човекот и на епохата во која туризмот станува траен „пасош на мирот“.

Од сето мноштво на проблеми што ги отвора туризмот се чини дека се актуелни тие што го објаснуваат неговиот човечен

лин и социјална физиономија. Овие аспекти во светски размах не се доволно познати и изучени. Туризмот е економска појава и комплетен општествен однос, тој е стопанска гранка и индустрија и специфична исповрзаност на трговијата, угостителството и сообраќајот, односно специфичен оплет од мноштво стопански гранки. Токму тоа го диференцира како своевиден "светски пазар". Во туризмот се се осмислува со човекот. Ова овозможува да неможат да се најројат нештата што влегуваат во содржината на поимот туризам. Има мислења дека "желбите и потребите за туристички услуги неможат да се заситат", дека во туризмот голема улога имаат и некои ирационални фактори; се уверува дека за туризмот, важат посебни законитости, дека е своевидна општествена појава, дека станува за карактеристина за пост индустриското општество и олично.

Овде е не толку цел да се даде одговор на ова мноштво проблеми колку да се тие донесат во центарот на вниманието. Социолошката наука сеуште не ги поставила овие проблеми, нашата социологија сеуште не го пронашла своето место во овие содржини на современикот за да олесни на туристот и на туристичките работници кои се залагаат да се оствери нашата земја како туристичка. Поради тоа овде ќе се предочат две димензии на социолошките аспекти на туризмот: едната е претежно теоретска, додека другата емпириска и води сметка за слободното време на туристите, за организацијата на туристичките регии и локалитети и особено за човекот што се остварил како турист во 1975 година.

Најнапред во првата глава се изнесени теориските проблеми врз чии основи се објаснува, насочува и остварува туризмот. Тука се обработуваат социјалните корени на туризмот, карактеристичните противречности во неговиот развој и остварување, условите од кои се отуѓил човекот (туристот), како и можностите за квалитетна реорганизација на неговиот живот. Поаѓајќи од ста<sup>но</sup>виштето дека туризмот претставува потреба и специфична потрошувачка теоретски се осмислуваат моделите за негово остварување. Овие исходишта се секако само основа за систематизирање на наслутувањата, за поставување на хипотези и за емпириски вреднувања на реалните туристички текови, што е секако основа за избор на методологија за покомплексно проучување на туристичките движења и туристичките појави во целина.

Во втората глава презентирани се резултатите од емпириските проучувања на туризмот во одредени услови, во одредено време и при дефинирана категорија на туристи. Тука се анализираат искуствата од остварувањето на слободното време на граѓаните на Југославија, со особен акцент во туризмот; потоа се презентираат искуствата и резултатите од регионалните и просторни планирања на туризмот во СР Македонија. Централно внимание зафаќа човекот, изразен како турист. Оттука и актуелноста на прашањето: како се остваруваат македонците во туристичките региони, локалитети и институции на туризмот, односно кои се искуствата и какви се импресиите на странците.





I - ГЛАВА:

СОЦИОЛОШКИ ОСНОВИ НА ТУРИЗМОТ

- твориски становишта -



## 1. СОЦИЈАЛНА УСЛОВЕНОСТ НА ТУРИЗМОТ

Во современите теории вообичаено се поаѓа од становиштето дека туризмот е појава на новото време, условена од оној "вишок на средства" како и од "вишокот на слободното време" со кои располага индивидуата, односно општествената група. Без нив неможе да се разбере туризмот и туристот. Врз основа на ова ние веќе можеме сосема солидно да ги бараме корените на туризмот, да го дефинираме согласно на владеечките општествени односи, поточно да ја претпоставиме социјалната категорија која по својата општествена положба е предодредена за туризам. Истата е дека туристите обично се регрутираат од категории што можат да патуваат или да борават во некое туристичко место и институција. Во Делото "Основи на туризмот" Марновски констатираат ако во нешто современиот туризам се разликува од аналогните општествени појави во минатото е тоа што главната маса туристи ги сочинуваат оние што располагаат со слободно време и слободни парични средства, врз основа на својот труд или врз работата на другите".<sup>x)</sup>

Општествената историја изобилно сведочи дека само општествена категорија што била на власт, што ја приграбила економската моќ и политичка<sup>72</sup> сила си дозволила да го заслудува животот барајќи уживање надвор од трудот и низ слободата што

x) С. Марновски - "Основи туризма" - Загреб, 1967, стр. 13.

ја гарантира нивното богатство и општествена моќ. Таков бил случајот со робовладетелите кога со цели семејства одеа да ги гледаат "Олимписките игри" на врелата од лековитите бањи или пак ги посетувале, односно ги слушале мудреците и пророците на своето време. Во оваа смисла ослободената класа имала можности да ужива во благодетите на времето и природните услови.

Средновековието ја потенцира улогата на аристократијата, најзината духовна и световна власт. Денес кога ги откриваме тие историски споменици многу релевно ја чувствуваме снагата на нивната економска и политичка сила. Црквите и манастирите со својата надворешна архитектура и декорација се сèнако примери на таа духовна имагинација во тежба за трајност и вечност. Градските бедеми, куќи и средновековните ритуали, се сèнако споредбени и со духовното наследство и со потребите што ги иницирал еден систем на средновековно живеење. И додека бољарите уживале во раскошот, во префинета наслада, народот го репродукувал животниот сок. Зборот е дека иако таа закрепостеност аристократите можеле да издвојат средства, односно дека само тие имале слободно време за одмор и уживање.

Авантуристичкиот дух на новото време до крајни граници го изрази и оствари борбена позицијата која веќе имаше наследство за својот господски живот. Таа апострофира и филозофски и практично ја осмисли онаа жед за наслада и уживање. Вишокот на средства со кои се повеќе располагаше капиталистот, и вишокот на време што го обезбедуваше со експлоатација на туѓ труд или со развојот на науката и технологијата, го диференцира развиениот господски стил на оваа класа.

Класата на експлоатираните робови, селани и пролетери немала доволно средства дури за дневен опстанок, а намоли некој вишок за патување или туристички боравак. Поробената класа го прижелкувала слободниот живот и слободата ја кристализирала во народната мудрост, во народната песна и игра, носија и слично. Народниот гениј и минималните слободи, ги исполнивал со имагинација за да му донесат бар малку радост и наслада, малку повеќе издив и дух во тој напорен робски труд, во таа затворена средновековна обесправеност или во оној тежок и безмилосен пазарен грабеж. Така место реално, на обесправените им останувал оној фантастичен или фантазерски, религиозен или илузорен живот.

Можеме да го следиме и изучуваме оној господски живот на експлоататорите во историјата и да се дури зафатиме ислонно од онаа „реална или привидна, здрава или болна комуникација“ да ги потанко анализираме институциите што обезбедувале остварување на 'човекот', или пак само да ги собираме ронките на слободата на поробената класа која пронаоѓа пукнатини да го надјаса она што го давала поединечно економската и политичката моќ. Од ова се сугерира уверувањето дека за поробените бил туј тој живот на другите што имале на претек и време и изобилно средства како основа за господски живот.

Современите туристички движења го потврдуваат попорно ова становиште од историјата иако се повеќе и од масовните категории на општеството се регрутираат туристи. Имено, масовните категории обично со судни маки обезбедуваат средства за

годишен одмор. Така на пример преку цела година штедат, бираат евтино патување или боравок во некое туристичко место, одат на некое патување или отседнуваат некаде колку да се рече дена биле на одмор и слично. Евидентно е дека нивното туристичко секојдневие, често по неколкупати е посиромашно од оној стандард што го имале дома.

Прецизните изучувања на туристите и туристичките појави упатуваат и на категории од трудот што располагаат со средства, а сепак не си дозволуваат "платена" разонода, патување или боравок во туристичко место. При ова се имаат предвид такви категории луѓе кои одморот и разонодата се уште не ја прифатиле како своја рационална потреба, односно има<sup>ат</sup> становишта кои го ограничуваат задоволството надвор од трудот. Нешто слично станува и со категоријата луѓе што располага само со време, но не и со доволно материјални средства. Тие остануваат дома и покрај вообичаените услови за живот во населбата. Во секој случај се уште голема категорија од луѓето што располага со средства, не го прифаќа туризмот поради традиционални мотиви или поради преофатеност на работното место, поради некои лични амбиции или други услови.

Од општествен аспект сепак загрижува голема<sup>та</sup> групација од работните луѓе која вистина добила дневен, неделен или годишен одмор, а сепак времето не го користи за туризам. Овие луѓе со малку повеќе пари го подобруваат вообичаениот живот во постојаните услови дома. Во оваа смисла, карактеристично е однесу-

вањето на неквалификуваните работници, на тие со ниски примања и особено на работници со поголем број на членови дома. За нив туризмот, се уште е „привилегија“ на луѓе со позамашни примања. Оттука, и со право се мисли дека главната резерва за развојот на туризмот треба да се бара токму во таа масовна категорија на трудот, која се уште неможе да издвои средства за оваа намена иако со позитивното законодавство стекнала право на слободно време.

Ова е сосема разбирливо бидејќи туризмот е сакано современа и модерна појава. Таа, како феномен и покрај евидентното омасовување, не станала можност за сите работни луѓе и граѓани. Во прашање се не само економски, туку и некои социјални слободи на работниците и на нивното потесно или пошироко семејство. Веројатно некои причини би требало да се бараат и во владечките концепции на туризмот, односно во едностраната свртеност на туристичките институции, само кон категории што се заинтересирани за квалитетот, а не и кон можностите што ги има масовниот туризам.

Искуството што го имаме : повеќе како да уверува дека со туризмот се врзуваат екстремно различни средини (многу развиени со типично неразвиени), дека во него се трошат средства што се заработени во некое друго место, а често и такви што се лесно заработени. Ова како да уверува дека во туризмот повеќе гледаме една стопанска можност, една спрега на институции и капацитети, една исповрзаност на стопански граници што се заедно ги дефинира условите што треба да се

понудат на гостите од другите места и поразвиени, односно побогати земји и народи. Впрочем, туристите претежно се регрутираат од поразвиените регии и центри и традиционално се знае во кои правци .... се насочени за одмор и рекреација.

Класичното искуство на туризмот како да сака и на-таму да ги развива само можностите за задоволување на потребите на луѓето што имаат слободно време и изобилни средства. Тие треба да бидат задоволени. Оттука и извесни тенденции кон стари форми и изживевани содржини во туризмот; склоности кон социјална патологија во време на одморот и туристичкиот боравок (прости-туција, коцка, наркоманија и сл.). Поаѓајќи од овие негативности на туризмот некои туристички регии почнуваат веќе да реагираат према таквите мотиви на гостите. Не е прашањето само во тоа дали и до која мера ќе се прифаќаат сèкакви категории на турист-ти, ано веќе тив ги полнат хотелите и рестораните и другите институции, колку што е проблемот во она да се бара и пронај-де онаа категорија на гости што постапно ќе го чини рбетот на туризмот и врз чии потреби ќе се остварува во иднина оваа оп-штествена појава.

Овие нешта од предисторијата на туризмот ги поме-навме за да претпоставиме не само можност да се поисцрпно изучи тој "господски живот" на богатите категории што имаат слободно време и изобилство на материјални средства, туку да можеме брзо да ги препознаеме во туризмот и тие изживувања на одделни гости во оние стари и прастари модели што соодветствувале на дамнешните услови и епохи. Во оваа смисла, не без причина се



употребува поимот "современи номади" за да се апострофира онаа бар привидна сличност со животниот стил на една цивилизација која во потрагата по храна, постојано го менувала местото на живеење. Современиот турист тоа го чини од задоволство. Нешто слична инспирација, погодуваат и манастирските ќонаци, црковните или народните ритуали и уметност на средновековието или пак, оној староградски стил на угледните, познатите и прочуени луѓе. При сето ова потребно е извонредно чувство за совремието и за луѓето од нашето време и услови, за да не се донесат во туризмот нешта со кои така упорно се фалиме, а има доволно аргументи дека би требало токму тоа да загрижува. Во таа смисла оние негативни појави на туризмот, како да понеле во задоволства што го навредуваат достоинството на гостинот,<sup>1</sup> на туристичкиот работник или пак граѓанин од тој туристички крај.

Туризмот е изразито социјална појава, некои го дефинираат како "мирнодопско дружење" и во таа смисла преставува модус за запознавање, шанса за меѓусебно влијание и зближување, на различни социјални категории, народи и култури. Поради таква негова можност 1966 година Обединетите нации ја прогласија за Година на туризмот, истакнувајќи го начелото "Туризмот - пасош на мирот". Ваквата комуникација меѓу социјалните групи, народи и култури, создава можности за афирмација на политичкиот систем, на моделот на општествено и културно уредување и затоа дава можности за поголемо зближување меѓу луѓето. Меѓутоа, овој модел на слободна комуникација, на допири и влијанија, остава можности и за различни пропаганди што има<sup>27</sup> за цел да го компромитираат политичкиот систем.

<sup>1</sup> Јаша Гргашевиќ, "Туризам у теорији и пракси", Привредни преглед 1958 год. стр. 45

Подолго време се наоѓаме во една карактеристична етапа од развитокот, во која туризмот како стопанска гранка и како нов општествен однос прави грчевити напори да добие некое посебно место и позначајна општествена и стопанска улога. Некои запоставени и напуштени регии, веќе се осмислуваат, а економските ефекти од туризмот кај нив стануваат евидентни иако некогаш се последица од стихиен продор на гости. Ова е разбирливо во времето кога „туристичката експанзија“ го зафати светот.

Искуството од ваквата туристичка експлозија сепак тешко се прифаќа како нешто трајно во практиката, особено во степен од развитокот што се уште не претпоставил таква развиена улога на туризмот. Неможе да добие се уште приоритетно место туризмот, дури и кога се работи за регии што очигледно треба да се бараат и откриваат низ туризмот. Порано туризмот, претежно, и исклучиво се движел со приватната иницијатива. Тие, приватниците развивале сознанија за потребите на гостите и тежнеле во рамките на можностите да ги задоволуваат, односно да понудат вакви или онакви услови. Сигурно и тоа било нешто повеќе бидејќи се овозможило гостите да ги задоволуваат барем примарните потреби од стан и храна. Впрочем, во почетокот туристите и немаля некој посебен статус и се адаптирале на тој што го имале мештаните. "Преди војната издавањето на приватни соби на туристите била доста развиена дејност во сите туристички места. На тој начин, се создавал дополнителен извор на приход на населението. Издавање на приватни соби на туристите во првите години после војната наиде и на тешкотии. Од една страна поголемиот развиток на овие

дејности го сопирале и прописите за станбените односи, бидејќи вишокот на станбените површини се доделувал на луѓе без станови, а пак собите кои се изнајмувале на туристите, лесно можеле да бидат оквалификувани како вишок на станбена површина".

Подоцна дури почнува да се менува статусот <sup>на</sup> туристите, а и туризмот да се изразува како се поамбици на стопанска и општествена дејност. Ова се овозможи откога венска државата се мотивира за развиток на институциите на туризмот, како што се хотели, ресторани, кафеани, летовалишта, одмаралишта и другите материјални и општествени услови за квалитетен развиток на туризмот. На оваа платформа добива свое место и специфичната култура што се стекнува низ системот на институции, што припремаат кадри и го организираат животот во туристичката населба. Така се создаваат можности да се преовлада оној нив во приватната иницијатива и механичното пренесување на готови идеи и досетки за задоволување на туристичките потреби.

Совремието со туризмот иницира квалитетен излез и афирмација на човекот, разбран како претставник на одделно време и општествена група и како субјект со свои вредности, потреби и можности. Никаде на друго место така доследно не се поаѓа од човекот, колку во промената и патувањето. Човекот станува основен столб од кого се поаѓа, со кого се komponира и верифицира туристичкото движење. Света девиза во туризмот, неспорно останува човекот да се разбере во своите потреби, интереси, желби и мотиви

Кога идеолошки се претпостави дека сите луѓе се рамноправни (во нашите услови), тогаш и во практиката почнува<sup>ат</sup> да се иницираат модели за одмарање, разонода и уживање, што се повеќе соодветствуваа на таките социјални становања. Оваа хуманистичка теза беше порано кај нас сфатена доста упростено во смисла дека сите луѓе имаат потреба и право на одмор и одмарање. Оттука, идури културен, политички и економски притисок врз работниците и нивните семејства и да се мотивираат за туристичко патување или боравок во некое синдикално одмаралиште и летовалиште. Останува од таа етапа во сејаване оној мешан состав на гостите и онаа присност што се изразуваше за време на одморот, како меѓу гостите од различни места и категории, така и во соодносите со туристичките работници и мештани. Меѓутоа, низ овие процеси се покажаа и достајдностранчивости во туристичката организација и во содржината на одморот и одмарањето и дури во разонодата, уживањето и вкусот, и воопшто во поведението и потрошувачката. Искуството што го имаме од таа доста, наивна етапа од развитокот на туризмот, очигледно апострофираат едноличности во стилот на одмарањето и туристичкото патување и го изразуваат одморот доста подобен на старите форми за колективно доживување, како на празник, како на панаѓур или слично. Сепак, во оваа фаза од развитокот, концепциски се сакало да се максимално исклучат социјалните разлики и дури разликите меѓу луѓето воопшто. Некои од тие искуства на летовалиштата денес потсејваат на "утопии" или на "колонии" од социјалните експерименти, па дури и значат обиди за "комунистички" односи во патувањето, одморот и одмарањето.

Она што останало во сеќавање од тој период, она што останало на панорамата, во архитектурата, инвентарот и дневниот ред во одмарањето, самите односи што носеле идлична содржина, заслужуваат постојана анализа и изучување. "После завршената обнова на земјата, домашниот туризам почнува да се развива. Заедницата во тоа време била заинтересирана да ги истакнува здравствено, - рекреативните, културните, воспитните и политичките функции на туризмот, додека истакнувањето на економските ефекти на домашниот туризам не се посветуваше посебно анимание. Превземани се различни мерки за омасовување на домашниот туристички промет како на пример, задржување на цените на пансионските и угостителски услуги на ниско ниво, давање различни попусти на цените на пансионот. Во случај на патување на годишен одмор, воведена е и посебна повластица за патување, се формираат одмаралишта итн. Сето тоа доведе до брзо омасовување на домашниот туризам се до 1948 година".

Земено во целина таквиот одмор очигледно бил исполнет со идеолошки мотиви и сакал да го отвори процесот на поголема рамноправност меѓу луѓето и во текот на одморот. Меѓутоа, таквиот одмор и одмарање не бил сообразен со поделбата и организацијата на трудот, со стопанските ефекти што ги остварил човекот на работното место, нити пак со психо-физичките потреби на луѓето што дошле на одмор. Овде било претпоставено правото на еднаква потрошувачка и еднаква слобода на сите луѓе. Таквата потрошувачка и еднаква слобода на луѓето во туризмот мораше да биде преовладана. Практиката покажа дека одморот

за современикот е толку специфична појава што неможе фолклорно или индустриски да се задоволува и сервиски остварува. Дена бирократски неможе да се komponира социјалната еднаквост и дена таквиот одмор делува како насилие, бидејќи ја скратува слободата, ја типизира содржината на одмарањето, го сколастизира животот.

Демократизацијата на целокупниот општествен живот донесе едно ново и продлабочено разбирање на рамноправноста меѓу луѓето, во трудот и општествените односи. Имено, најнапред се претпоставија правата на секој човек да има концепт за својот личен живот, а во таа смисла и нов творечки однос кон општественото живеење и одмарање. Со ова политичко становиште веќе почна рамноправноста да се разбира и како природно право на човекот да има живот што ќе го организира согласно на своите потреби, разбирања и можности. Со тоа се иницира и тезата работниот човек да учествува, односно да партиципира и на крај самоуправно да одлучува во градењето на модел за општествено живеење, а во тој контекст и во komponирањето на формите и содржините за одмарањето.

Современата наука, психологијата, и физиологијата на трудот, социологијата итн. утврдиле дека без туристичка рекреација осетно се смалува и продуктивноста на трудот и вкупните работни потенцијали на човекот.\*

\* "Подполната автоматизација во доменот на неминовностите би отворила димензии на слободно време во кое би се конституирало човековото приватно и општествено битие. Тоа би била историска трансценденција према новата цивилизација". Х.Маркузе "Човек једне димензије", Сарајево, 1968 год. стр. 15

Инспирирани токму во специфината што ја има човекот како субјект на нашето време и услови, како и врз можностите на амбиентот создадени се услови за нова концепција во развитокот на туризмот, односно трајни услови за содржајно и квалитетно одмарање на работните луѓе. Самата пак афирмација на работната организација како материјален и општествен субјект, услови т.е. сега да се јави како чинител што ќе го организира одморот вон од премисите на трудот, и развиените институционални односи. Така, место државата со закон да го одредува одморот и содржината на одмарањето, сега работната организација, фабриката, задругата и институцијата се грижи, го конципира и реализира одморот на своите работни луѓе.

Ваквата демократска промена во конципирањето и остварувањето на одморот, почна да се изразува и во мрежата на домови, летовалишта, одмаралишта и дури хотели на работните организации. Карактеристично е од тој период, што работните организации веќе се одсликаа и на планот на одмарањето и проопшто на планорамата на туристичките населби. Овој квалитетен чекор во развитокот придонесе одморот, патувањето или боравокот да биде сообразен не само со работната организација, туку и се повеќе со специфичните потреби за одмор на работните луѓе. Начелото за рамноправност на луѓето, правото на одмор и одмарање се претпостави, но сега на едно институционално и многу повеќе социјализирано ниво.

Практиката покажа дека и овој модел инспириран на идеологијата за рамноправност и развиена поделба по институцијата

неможеше и покрај децентрализацијата и самоуправувањето, докрај да се оствари како демократски. Нерамноправноста се уште се иницираше со оглед на нееднаквата материјална моќ на работните организации и нерамноправностите од поделбата на трудот. Оттуна, она што можат да обезбедат едни работни организации, тоа не можат да го сторат други за своите работници, со оглед на местото што го имаат во општеството. Многу работни организации воопшто не ја прифатија или ја формализираа грижата за одморот на своите работници и немаат свои мензи, домови, летовалишта, одмаралишта. Во внатрешната пак организација, исто така се иницираа и нерамноправности од работната организација и трудот. Хиерархијата во трудот и управувањето уште поизразито се појави и како реалитет во одмарањето. \*

Мрежата на мензи, домови, летовалишта, одмаралишта хотели и слично на тоа, од своја страна се покажа и како многу затворени организации и дури како нерационални со оглед на трошоците, на модерното стопанисување. Туристичките работници затоа констатираа „криза“ токму низ развиената мрежа на работничките институции за одмор. Ова е очигледно и своевидно отуѓување на работните луѓе од благодетите на животот, бидејќи одморот го остваруваат само со помош на својата работна организација и дури низ институционални дискриминации и нерамноправности меѓу категориите работни луѓе.

Ваквите слабости и кризи во конципирањето на одморот и одмарањето ги искористија специјализираните туристички организации и институции. Тие не само што не се инспирисаа на наредот

\* За забележување една некои работни организации побарале и други мерки со кои ќе ги стимулираат своите работници за да го користат годишниот одмор надвор од местото на постојано живеење. Некои од тие мерки се покажале како поефикасни отколку да се има свое одмаралиште.



за "социјална еднаквост", туку разликата ја зедоа како основа за својата институционална улога и функција. Попрецизно тие дури во релативна смисла се ослободија од идеологијата и политиката, се диференцираа од државата и од конкретните задоволувања на специфичните организации на трудот, за да излезат на панорамата, по морето, езерото, реките и планините, покрај културните и историските споменици, инспирирани од нееднаквата материјална моќ на луѓето и од претпоставените разлики во потребите за одмор и одмарање. Категоризацијата на хотелите, рестораните, плажите, листата на услуги, цената што се наплатува, станаа индикатори за таа претпоставена нееднаквост меѓу луѓето.

Во стилот на современото живеење и одмарање, идејат за вили и викендици, станај дури помодна, особено за одделни категории од општеството. Така, разликата почна да се манифестира и низ можноста што ја дава "втората резиденција". Интересно е да се изучува мотивираноста во градбата на викендиците и вилите. Ова е интересно и со оглед на начинот, како тие се групирал во свој социограм, низ воспоставените односи и корелации. Сепак битно е дека идејата за викендици и вили поаѓа од уверувањето секој човек и особено развиена индивидуа, дека е доволна и дури способна за својот одмор да стори она што не можеле да го стора државата или неговата работна организација, па дури ни специјализирана<sup>та</sup> институција на туризмот. Тежбата да се има викендица и вила, се осмислува и како модус низ одморот и одмарањето да се држи чекор со својот социјален пласт. Впрочем, вилата и

викендицата го зголемува угледот, особено ако е поставена на место, ако е естетски издарижана.

Кризата во конципирање на туризмот е изразена и низ фактот што и натаму се диференцираат две содржини, две форми за одмарање. Еден групен, колективен, индустриски и по правило стихиен, каде ќе се најде место, таму се одседнува, и еден друг за категориите што одморот го изведуваат согласно на личните можности и разбирања. Овој дуализам во изборот на одморот, во времето и правецот на одмарањето, по содржина донесе две престапи за задоволство, уживање и среќа. Но, воедно апострофира и дискриминации према мештаните за да се обезбеди простор за гостите, према своите сограѓани за да се отстапи место за странци, према динарот, за да се апострофира важноста на девизата. Тој диференцира "зони за богатите" за разлика од другите, афирмира феномен на "слободните", за разлика од тие со ниски лични доходи што останала презафатени и оптеретени во трудот.

Неспорно загрижуваат овие насоки во кои влегува туризмот и поради кадровските состојби. Во модерните и луксузни ресторани и хотели, се и уште работаат луѓе што ги донел случајот или нивна инспирација, а не стекнатото посебно образование и испробано искуство, една оспособеност врз продлабоченото поимање на туризмот. Имено, апсурдно е кога во хотелскиот луксуз веќе несоодветствува адекватен посредник, односно ако се инвестира изобилно во материјални услови и комфор, а малку

\* Размислувајќи за овој проблем Анте Мандиќ во еден напис во НИН пишува: "Точно е дека домашниот туризам е заборавен и дека не е дефинисана политиката како треба да се развива, после сите лоши искуства со уситнетите и скапи одмаралишта и со сите последици што настанаја во блиското минато".

или ништо во луѓето што работат во таквите објекти. Меѓутоа, туризмот има и една друга страна. Така Жорж Фридман се задржува на работата по рестораните и притоа ги изнесува анкетните резултати до кои дошол Уљам Ф. Уајт изнесени во книгата што ја нарекол "Кога работниците и муштериите се сретнат". "Меѓу тие девојки и млади жени кои го заработуваат лебот на тој прилично мачен занает, нарочно помеѓу 1941 и 1945 година, има сразмерно голем број од оние кои во текот на својата работа добиваат напади изненадни неуротични депресији... Тоа Уајт и неговите соработници го нарекле проблем на "Келнерката што плаче" - оние млади жени што при крајот на своите нерви го напуштаат ресторанот и одат да се изнаплачат во другите простории". \*

Уајт и неговите соработници ги анализираат улоги што ги имаат келнерките, односите во кои влегуваат и последиците што ги трпат од претпоставените, од супарничките и другите вработени во ресторанот, особено од гостите. "Човек помислува вели една од нив, на целата работа што ја врши, на сите свои напори да му ги угоди на тие луѓе желбите и тоа боли кога тие не оставаат ништо за вас. Човек ќе си рече сам на себе: Ете што тие всушност за тебе мислат. И тоа делува скоро како навреда... Цицији што не оставаат напојница и дури си ги ставаат во цел парите што ги оставил нивниот претходник а во келнерката не е тука". Во анкетата се анализираат социјалните услови од кои се регрутираат келнерките, како и

\* Жорж Фридман, "Куда иде људски рад" стр. 204 и 209

односително што ги имаат према нив луѓето од даденото општество. Интересно е што аналитичарите критично се однесуваат и према праксата кога келнерките се "изложуваат од време на време на проповеди, на предавачи и стручњаци за психологија, како и препораката за "волшебен осмех". Авторот се потсмева на оние што мислат дека можат, осмехот да го измамат со заповед".

Димензиите во туризмот, за разлика од другото стопанство се отвораат и кон мештаните, кои непосредно или посредно влегуваат во односната стопанисување и туристички процеси. Една средина ја дефинираме како туристичка, ако приемот на гостите го гарантираат не само тие што се вработени во туристичката организација, туку и пошироката социјална средина и во тој контекст особено мештаните што живеат во таа регија. И тие би требало да пронајдат интереси во туризмот и со својот однос да ги забрзат, да ги исполнат со содржина туристичките текови и оној процес за адаптирање на туристот во туристичката институција и пошироката средина. За туризмот битно е дури пресудно, она комплетно однесување према луѓето што доаѓаат на одмор и одмарање. Токму поради тоа потребна е широка, но и така специфична култура не само на туристичките работници, туку и на населението за да може да го разбере туристот и согласно на неговите потреби иницира модел за одмарање, патување и боравок во одредена средина. За развитокот на туризмот е потребна секано комплетна спрега на сите институции за да можат да го осмислат.

## 2. Противречности во туризмот

Како феномен на нашето време и услови, туризмот, се понагалсено го ангажира вниманието на постојните институции од стопанските и општествените дејности, а воедно иницира и нови, произлезени и специфицирани токму од модерните процеси и односи. Денес, веќе туризмот се јавува како квалитетна спрега на институциите, која иницира подруг и разновиден систем на односи и процеси. Ова, сигурно се одразува на дадената регија и на пошироката заедница и структура.

Туризмот, ги осмислува одделни регии што во класично<sup>т</sup> организација се нашле како периферни, оддалечени од градските, индустриските и културни центри. Тие запоставени и напуштени простори почнуваат сега да добиваат поинакво значење. Големит преселувања на населението во градовите, во развиените индустриски центри, земји и континенти, одливот на работоспособни<sup>тс</sup> од земјоделството, од село во град, од земјата во странство, бил карактеристичен токму за регии што сега ги открива и осмислува туризмот.

Сепак резервираноста кон туризмот останува и натаму карактеристична. Причините за ова се наоѓаат во традиционалната класична организација на стопанството и во самиот факт што во таква ориентација подолго се инвестирало и што веќе се на поназ некои резултати. Останува впечатокот дека стопанството како да го држи своето место и улога иако класично и дека со упорност, со натамошни вложувања, со

\* Економистите во туризмот унашуваат дена "за разлика од познатите текови на доходот и парите, туризмот воспоставува тесна врска помеѓу стопански многу разновидни и дури екстремно развиени средини. Примарните текови се движат од развиените подрачја кон помалку развиени а често и неразвиени..

нови зафати, ќе треба да се истрае токму докрај на оваа ориентација и класична структура. Стопанството во лицето на мојните капацитети, веројатно го пронаоѓа или го пронашло своето лежиште од надев квалитетно се осмислува себе и општествената структура во целост. \*

Дел причини за недоверчивоста во туризјот се наоѓаат и во самиот страв што овој феномен го иницираат токму индустриски регији, развиени категории на трудот и воопшто зимји со повисок и побогат стандард. Поаѓајќи од своите потпретстави за светот и животот сигурно се уште не сме во состојба докрај да го разбереме она што се случило со развиеното општество и модерната организација на трудот. Не можеме докрај да ја разбереме и потребата на развиениот човек што бил исцрпен во одделна улога на работното место. Склони сме да го разбираме само со своите искуства и претстави, неговата потреба и натаму да ја третираме како израз на помодарство и луксуз, привилегија, раскалашност, како авантура, безделништво и др. Со други зборови, потребата за патување и б)оравок на лугето во некое туристичко место, не ја сфаќаме сериозно, а недоволно гледаме и своја шанса за квалитетен стопански и општествен подем.

Како заедница со ново групирање и структурирање на населените места, максимално прижелнуваме да ги развиеме своите центри, а и другите населби и во тој контекст да ги осмислиме и селата во соодносите со градот и со индустриските

\* Институтот за економика на туризмот од Загреб изучувајќи ги пазарните можности за долгорочниот развиток на туризмот во СРМакедонија (1972 год.) констатира дека "стопанството уште не го познава туристичкиот пазар (зошто не го изучува); дека туристичкиот пазар преставува само нешто секундарно, дека своето производство не го издеференцирало во смисал на потребите и побарувачките; дека произведува за пазарот воопшто а со самото тоа стихийно е пласира својата роба и услуги.

капацитети. Таквата класична ориентација во извесна смисла е слична и дури идентична со други истории на градовите, и регионални центри во Европа и светот. Моделот што во оваа померување е инициран веќе можеме повеќе или помалку да го пронајдеме дури остварен како урнек во другите земји и народи. Затоа се разбирливи многу компаративни локализмите и противречностите меѓу центарот и другите, меѓу градот и селото како и низата од проблеми што се јавуваат во менталните, стопанските и општествените односи во населението. Зборот е дека таа свртеност внатре во населбата, во комуната и регионата, тие нови и се понови интерперсонални односи, па дури и конфликт во општото реструктурирање, го пригубиле вниманието на луѓето, тана што малку остануваат сили и способности да се изучуваат други општества и луѓе, да се претпоставуваат нивните потреби и дадат квалитетни можности за нивно задоволување. Впрочем, оној што самиот е оптеретен со себе, особено кога се преуредува, тешко може да има интерес да пронаоѓа или да дочекува гости. Во таа смисла, за да се дочека гостин, повикан или неповикан, потребна е една поголема припремност на туристичката регија.

Како општествена појава туризмот произлегува од една модерна, но социолошки само докрај остварена структура на општеството, каде се развиени производните и социјалните категории, националните и регионални центри. Туризмот, дури е нивна последица како во однос на позитивното што го дава ваквот

структурирање, така и по она што е неволно од така организираниот индустриски живот. Туризмот и како потреба на луѓето и како специфичен општествен однос, и како стопанство се инспирира секогаш на изобилството што го дава материјалната и социјалната слобода во услови на една развиена средина. Но, туризмот се напојува и на оној вртон од потиснати пориви од трудот и живеењето, во она отуѓено било што го оставила модерната организација на трудот и животот во самиот човек, во современата индивидуа и општествена група.

Туризмот се јавува и како негација дури и на секоја класична организација на трудот и живеењето. Во оваа смисла тој се манифестира како повратно дејство од патувањето или привремен бораок во друга средина со самото тоа што човекот го освежува и рекреира, што му ги враќа истоштените и загубените сили, што го мотивира за нови амбиции и зафати. Ова е веќе очигледна вистина и дури во своето дејство емпириски мерлива колку туристичното патување или бораок ги зголемува производиите и творечки потенцијали во човекот. На основите на овие сознанија, впрочем и големите работни организации отвараат летовалишта, и одмаралишта, домови за забава, разонода и рекреација, сè со цел да ги зголемат способностите на вработените.

Одмарањето формално како да оди спротивно на работната организираност на трудот и општествените односи. Имено, најпривлечни и најголеми ефекти се остваруваат, доколку се направи и поголема дистанца и дискриминација со оној стил на



работа и живот што довел до отежната здравна и психична состојба, што довел до исцрпување и пореметена рамнотежа во човекот. Очигледно со туризмот повторно се бараат едноставните староградски и дури фолклорни ритми, се бара она што останало на периферија и надвор од технолошката организација на животот, онаа оаза на природата за која се верува дека има можности наново да ги разбуди и врати силите на заморениот и исцрпен човек. Меѓутоа, токму и тие особености на регијата што сака да се оствари како туристична, веќе почнуваат да се преовладуваат. Староградската, селска куќа и по надворешната фасада и внатрешна архитектура и декорација забрзано се демодира. Модерната индустриска опрема влегува во куќата и го осовременува и модернизира животот. Погледната во овој контекст просто забунува кога интересот на туристите се свртува на нешта што ги оставаме и потиснуваме од куќата, населбата, па дури од себе ја соблекуваме онаа руба што е толку интересна и привлечна за туристите.

Разбирлива е потребата на луѓето да го заменат работното место и домашно огрниште со средини за кои се претпоставува дека можат да ги вратат нивните сили и способности. Сигурно потребни се доволно аргументи за секоја промена, и веројатно не се работи само за сентименталност кон региони ако тие се одбираат како туристички места, туку и за внатрешни осознани потреби и уверувања дека пропатувањето и боравокот можат да ги вратат силите и способностите на исцрпените и преморените луѓе.

Спрочем туризмот е сложен феномен и тука играат улога не само економски туку и некои дури ирационални фактори. Во таа смисла се бараат некои атавистички корени, нагони за номадување или пак се апострофира улогата што ја има модата, влијанието на угледните личности, пропагандата и сл.

Искуството што веќе го имаме за туризмот, упатува дека она што е непознато во оваа појава, веројатно е најмногу самиот турист, разбран како субјект со своите желби, мотиви за одмарање, забава, разонода, уживање и култура. Впрочем, и туристичката пропаганда има предвид дека потенцијалниот турист треба да се препознае, пронајде и мотивира за местото и животен стил, за времето на одмарањето. Ова особено е актуелно за релативно непознато место, за да обезбеди гости, за сезонско туристичко место со цел да се продолжи сезоната, за категории на луѓе што туку помислиле на одмор. Сложено е прашањето дури само да се пронајде потенцијалниот гостин, а сепак потешко да се доведе и адекватно нагости.

Туризмот е многу чувствителна појава и во односот кон природата и природните услови и во корелација со општата политичка состојба во светот и особено према човекот што сака да се изрази и на некој начин оствари во туризмот. Мислат е дека мали дури некогаш безначајни промени на климата (дожд, ветрови и слично) вршат некогаш толку силно дејство што го реметат туристичкиот тек. Голема е зависноста на туризмот од осцилациите на природните услови. Чувствителноста е уште поголема од општествените и политичките односи, бидејќи идеолошките и политичките, социјалните и економските конфликти крзи, и војни се безмилосни према туризмот. Овие причини го чинат туризмот не само железно зависен од природните промени, туку и од социјално-политичките односи во светот.

\* Летото по правило е туристичка сезона. Исклучоци има зависно од околината, било природна или работна, односно од здравјето и од други мотиви.

Треба навистина да се има смелост, веројатно да се биде многу мирољубив и дури безграничен оптимист за да се прифати денес таков ризик за инвестирање во иднината, со типично мирољубиви ориентации.

Некој страв секумулира и во интерперсоналните односи меѓу самите туристи, меѓу туристите и туристичните работници, меѓу туристите и мештаните. Не е без основа сомнението во непознатите луѓе што прв пат се среќаваат, тие постојано се испитуваат и преиспитуваат, се проверуваат. Споредбите што се прават со искуствата од претходното одмарање, со она што го сугерирале собеседниците, споредбите со пропагандните информации и со вакви или онакви случки, го потенцираат или растеретуваат кумулираниот страв од комуникацијата во туристичната средина.

Искуството што го имаме од активираните нови простори за рекреација и одмарања, разонода и уживање, пропатување и боравок се евидентни пред се во тоа што покажуваат – колку плански и системно можат да се лоцираат институции и организации на туризмот во сосема нови услови што потполно го менуваат пејсажот. Пб: таа локација се насочуваат сервиси што често претходат и ја припремаат туристичната појава. Меѓутоа, поројот од моторни возила кога надоаѓа од сите страни, на главните сообраќајници ја кондензира преставата за туристичкото патување, односно самата инвазија на придојдените веќе ја иницираат потребата од нови услуги и функции за одмарањето во туристичкото место. Човекот е неисцрпен во своите желби, мотиви и интереси, вртон за нови потреби.

\* Во времето на војните како и во време на економски кризи, истакнуваат стручњаците туристичкиот промет се намалува и затоа препорачуваат "еластичност во туристичката побарувачка".

Издвоените населби специјализирани за туристички услови, артериите по кои масовно се движат туристи, стануваат типични со тоа што се наменети за луѓе со посебни потреби, навик и разбир<sup>а</sup>ње и вкус. Продорот на туризмот веќе се чувствува масовно и во познатите стари населени места. Затоа останува очекувањето во името на гостите, мештаните по стариот обичај да отстапат дел од своите услови. Меѓутоа, туристите како почнуваат да го преминуваат бројот на мештаните, односно со своите потреби ги потиснуваат од таа локација. При првото прифаќање домаќините најдобриот простор го препуштаат на гостинот, а подоцна тие постапно се потиснуваат од својот дом. Имено, туристичкото стопанство тендира да се препуштат населбите сосема на странците, во сезоната, како модус за поголеми доходи. Овде може да се асоцира на печалбарството кое толку било карактеристично за овие регии, односно се јавило како начин, она што е витално што може да прими ризик, да бара леб по светот. За разлика пак од него, туризмот, бара да се отстапи регијата, домот и дури сопственото легло како услов за останок.

Притисокот што го вршат странците станува разновиден во основните потреби а се изразува непосредно на пазарот во него економската моќ станува фактор во поместувањето на мештаните. Пред притисокот на гостите всушност, прет притисок на нивната материјална моќ продира туризмот во сите пори од животот и потрошувачката и го руши стариот систем на односи, традиции и норми во населбата. Како надомест за ова поместување и

немир по правило се зголемува националниот доход, се зголемува  
буџетот и расте стандардот на луѓето. Така мали населби,  
што одвај обезбедувале услови за опстанок со туризмот прават  
скок и го менуваат во квалитетна смисла и системот на работа и  
живот.

Туризмот силно продира и во делумно или потполно  
ненаселени места и го надополнува, менува и потполно преструк-  
турира производниот и општествениот живот. Оттука и сознание  
дека тој се јавува како нова современа, и модерна содржина кој  
квалитетно ја менува традиционалната средина. Сигурно многу  
прецизно треба да се изучува овој феномен и со последиците  
што ги предизвикува како во населената, така и во некоја дотога  
ненаселена површина, односно да се изучи туристот со своето  
патување, боравок, како социјализира или го руинира регионот  
и дадена та населба или објект.

Модусот, туристички да се издвојат гостите во  
посебни населби, овозможува да неможат така непосредно и напад  
да делуваат на одделна регија, населба или даден конкретен  
реалитет. Така издвоените „зони“ неможат непосредно да ја  
реметат традиционалната социјална рамнотежа во населбата.  
Во почетокот стравот од активирање на придојдените иницирал  
одбранбен однос кон туризмот и туристичните појави. Имено,  
се мисли дека мотивите за подвижност или боравок во некоја  
друга земја често се други и неретко идеолошки и политички,

\* "Норист од парите добиени од туристот помалце или повеќе има  
секоја стопанска грнка - пишува Крафт колну низ повеќе  
раце минува првобитната пара што ја плаќа туристот, тоа поголем  
е и ефектот во економијата".

дена се сомнителни со моралните односки и со последиците што ги оставаат а денa се само намуфлираат, со културни и рекреативни мотиви.

И покрај овој факт туризмот се покажува прифатлив иако тие релативно затворени системи оптеретени во страв. Имено, се допушта тој да се оствари само надвор и релативно независно од класичната поставеност на општествените и социјални односи во населбата. Во некои случаи туристичката организација, се препушта делумно на некоја друга држава или стопанство што може да го понесе ризикот, и да се јави како организатор. Меѓутоа, чувствата за сомнение во мотивите за гостување се уште се присутни и особено во независените подрачја и со горчливо искуство од комуникациите со страни и непознати луѓе.

Гостопримството во почетокот од развитокот на туризмот се покажува повеќе преку склоности сопствените услови за живот на мештаните да се отстапат на придојдените луѓе. Така старите населби, угостителски се адаптираат и крај нив никнат туристички објекти. Меѓутоа, иако во почетокот овие две содржини во населбата, мештанинот и гостинот се дополнуваат и ја збогатуваат општата панорама, тие подоцна доведуваат до реструктурирање на пејсажот, што евидентно води во паралелизми, конфликти и во помисла за радикално реструктурирање на населбата со оглед на проширената нејзина функција.

- Во извидничката етапа туристите се сместуваат заедно со мештаните и ги прифаќаат нивните критериуми за живот, се адаптираат на локалните навики, животен стил и дури менталитет. Таквите гости по извесно време од боравокот, едвај можат да се разликуваат од мештаните. Всушност, тие со самото доаѓање го прифатиле статусот на мештаните. Ова е чест случај кога како туристи се јавуваат роднини и пријатели и други слични по социјален статус. Впрочем, така и емисарите, тие што ги проучувале регионите на примитивните народи се адаптирале во новата средина и формално го прифатиле нивното секојдневие, културните и животни ритми, доживувањето и филозофија.

Прилагодувањето кон новите туристички потреби и луѓе станува интересно и разновидно, но сепак тоа има економска и социјална смисла и значење. Во таа насока несе без основа некои поплаки што се упатени за невнимание кон мештаните, односно критики за полтронско држење према странците. Самата градба на објектите, комфорот, асортиманот на производите, собакајниците водат сметка за гостите. Општествениот живот во туристичките населби, организацијата на турдот и стопанисувањето дури и прославите се прилагодуваат на гостите. Целиот живот во туристичкиот регион се врти околу она што се вина гости, односно турист. Така традиционалната гостољубивост на нашиот човек во овој случај се покажува како предност, односно туристичката просветеност и култура на домаќините, мештаните, станува битен и пресуден чинител во развојот на туризмот.

би рекле и своевидна патологија што го руши моралниот кодекс слегувајќи во ниските страсти што се ослободуваат во одморот и низ дрогирано јас.

Ваквата ориентација на туризмот го менува постапно или забрзано статусот на домаќинот, подредувајќи го на гостинот. Така веќе одделни населби повеќе прилегаат ако не на "гета" бар на "резервати", каде што можат да се видат како атракција доморотците во својот стар амбиент. Досетките да се измислуваат национални и локални јадења, да се задржуваат старите носии и како атракција, локалниот мелос и слично на тоа се само придружни елементи во инвентарот, односно во тоа како низ туристичкиот тек се губи статусот на мештани<sup>н</sup> и се добива некој друг многу услужен и келнерски на своето тло.

Постапно меѓутоа, туристичкото стопанство влегува во спрега со институции од некои други простори, доаѓаат со капитал од други средини и со тоа статусот на мештанинот уште посилено се загрозува. Така мештанинот сега станува пречка во развојот, односно се развива сознание дека туризмот може побрзо да се развива и дури наспроти мештаните и независно од потенцијалите што ги имаат како работна и творечка сила, односно како општествена група. Со ова институциите на туризмот веќе го окупираат просторот што е подесен за развој на туризмот и со економски притисок го потиснуваат мештанинот од таквиот локалитет.

Сепак ваквото отуѓување се изразува многу релефно само во првите проекции<sup>н</sup> почетните етапи од развојот на туризмот. Подоцна се покажува како невозможно докрај мештаните и гостите да се помеѓуваат и диференцираат. Оттука, донајуваме дека за туризмот е суштинска само богат<sup>а</sup> комуникација на



гостинот со целокупната средина што го опкружува. Тие комуникации почнуваат да се интензивираат и тоа не само преку непосредните контакти, туку посредно преку информации и други вредности. Институциите на туризмот посредничат меѓу гостинот и средината и го прилагодуваат амбиентот и сите содржини со потребите и интересите што ги пројавиле туристите. Туризмот е таква моќна општествена спрега која не познава граници на дејство бидејќи влегува во сите пори на природата и природната реткост и го разорува класичниот систем на живот. Тој влегува во историјата и генезата на тоа поднебје и во сета суптилност на човекот, во неговиот стил на живот и живеење. Токму таквата негова моќ ја менува преставата на регионот и сосема на нови основи ја провцира неговата иднина.

Очигледни се преплетувањата меѓу старата населба и новата модерна и туристичка. Во тоа взаемно дејство некои карактеристични нови елементи почнуваат да продираат во амбиентот на старата структура на населбата и градот. Ова пак за љубителите и особено луѓето што историски, стручно и научно ги познаваат вредностите значи аларм како би се очувала старата класична физиономија на населбата. Новите градби и дури мали адаптации тежат кон еден друг израз на новото време врзано за туризмот. Во таа смисла карактеристични се промените во фасадата, материјалот за градба, новата функција на домот и градот. Значајно е дека новите промени, односно

надворешните уште повеќе се иницирани од промените во внатрешната архитектура. Импресиите од тие мени водат кон констатација дека старата градска архитектура и стил се загрозени од новите мотиви на мештаните или од новите потреби на гостите.

Причините за ваквата појава сосем се сфатливи не само со оглед на туризмот туку согласно промените на самиот човек што живее и на своевиден начин се остварува. Старата градска куќа и некогашните сообраќајници во населбата што одговарале на своето време и услови, односно на човекот од минатиот век и векови, вене се јавуваат како пречка. Се менувал човекот од тоа поднебје, а неговиот дом, населба и градот ги прател и изразуваат тие промени. Во спротивен случај, домот, населбата би останале рамна која дава само историски, но и не современи можности за остварување. Вонредно е тешко историската мисла и организирана пранса да се соочи со неминовностите за мени во една населба. Али, новините често носат и некои последици што доведуваат до преваситеност од таквиот туристички пејсаж и регионална ретност.

Извесен страв од патувањето и воопшто од промената се чувствува и кај туристите. Имено и тие се испитуваат и преиспитуваат што им треба, каде би било подобро да појдаат, со кого, на кој начин да го остварат, каде ќе отседнат и слично. Непознатото, неизвесното, она што е необично, вознемирува и тоа има сигурно некоја наслада. Но, тоа сугерира и страв од допирот со природните сили и стихии, од контактот со непознати.

Промените на животните услови иницирани од индустријата што секојдневно делуваат врз нас, предизвикуваат реакции во свеста и организмот. Тие можат благотворно да делуваат на човекот и на неговиот сензибилитет, но можат да донесат и некои неповолности. Веројатно тоа е причината современиот човек да биде склон брзо да ги менува и дури да го остава како туѓ стилот за постојано место на живеење. Во прилог на ова дошле зголемените материјални и социјални слободи, техничките можности, брзо и конфорно да се совлада дури и многу одалечен простор, односно способноста да се доживува и ужива во промени, да се промената дефинира како начин на постоење. Динамичниот стил на живеење и одмарање на човекот од индустриската епоха, за разлика од прединдустрискиот овозможи сосема други благодети. Она што на секој километар наидуваме на нешто ново, непознато, неизвесно, рабуди една за нас необична природа. Големите птувања онаа тежба да се живее во перманентно движење, стана стил, што го карактеризира современиот човек. Треба во петок попладне да се набљудува некоја магистрала и да се види онаа трка што неможе да се дефинира со одредена цел, колку со својот старт. Психолозите веќе констатираат корелација помеѓу брзината со која се напушта работното место и домашното огниште, со самата рационализација на трудот и општествените обврски. Имено, лансирната оска ја бараат во човекот, на работното место и секојдневната типизирана средина.\*

\* "Потребата обично се дефинира - вели Базала - како чувство на nelaгодност врзано за свест дека постои средство со кое nelaгодноста може да се одклони. Многу е важна според тоа свеста, односно сознанието за средствата со која некоја nelaгодност може да се одклони".

"Методите истражувања туристичног тржишта", Загреб, 1966, стр.5.

Масовната динамика на луѓето, внатрешните потиснати пориви со организацијата на трудот и живеењето, бараат ново ослободување и израз. Во тоа бекство, во оваа својста трна во слободни простори, се изразува внатрешната напнатост, кумулирана во работните дни и типизирани секојдневија. Очигледно останува една својшта глад за нешто друго од она што го имаме на работното место и дома во својот град. Ова пак, некогаш а во одделни средини и категории луѓе, така многу се интензивира што прераснува во <sup>со</sup>страст и една раѓа раздрознетост што граничи со неврози.

Сосема друга структура имаме ако ги претпоставиме само луѓето што поради низа околности останале дома, на работното место и во својот град за време на одморот. Сликата на работните институции и воопшто на градот е сосем подруга од онаа што сме навикнале да ја гледаме во секојдневието. Празноотијата останува доминантна а животното и работното темпо ~~променето~~ и без многу суптилни корелации. Многу впечатлива останува сликата како замира градот или фабриката, како работното темпо се намалува со приближување на викендот или годишниот одмор. Внимателната анализа покажува дека последниот месец, последните дни во неделата, последните сати од денот повеќе се карактеристични со една содржина низ комуникациите и преопкупациите што е насочена кон одмор, разонода и уживање. Всушност, се работи за една психолошка подготовка за промена, за една желба и намера што така се згустува и станува се произразита како центар во свеста и вербалната комуникација. Пред одмор обично се зборува за одмор и одмарање.

Сосема подруга средина имаме во институциите и населбите, во региите што дочекуваат гости, туристи или воопшто нови луѓе. Мали и дури безначајни места, потполно празни пејсажи со своите потенцијали се ставени во услуга на луѓето што доаѓаат од сите артерии. Спремноста да се излезе во пресрет претставува не само економска, туку и морална и општествена обврска. Традиционалното уверување зборува дека гостинот треба да биде шанса за да се докаже и покаже домаќинот. Меѓутоа, страниот човек се дочекува некогаш на растојание и со сомневање за опасности што може да ги донесе или предизвика. Оттука, и недоверба и ладнокрвност онаа флегматичност или омраза спрема стран и непознат човек. Токму овој факт покажува дека првите контакти со туристите се формираат само на најопшти импресии и традиционални симпатии.

Овој момент на тешкотии во комуникацијата вешто го искористиле туристичките институции што се јавиле како посредници или поточно како продолжена рака на странците за да го сојавладеат нивниот страв и неизвесност. Тие ги претпоставиле потребите на туристите и со својата внатрешна организација и улога стојат на располагање и услуга. Така туризмот од мирнодопско мешање и дружење на странци со мештани се претвара во типична институционална појава и само во корелација меѓу туристичката институција и самите туристи. Мотивите не се претпоставени во овие односи, освен во склопот на туристичката институција, односно ако таа ги непост

редно вработи или посредно ги изрази низ производите од нивниот труд. Останува впечатокот дека туристичките институции мештаните тешко ги вклопуваат во совојот концепт.

Причината е сигурно концепциска ако мештаните се иселуваат од туристичката регија, ако се потиснуваат во споредни зони и простори во куќата, во која поседнале гости. Така место туристите да се доживуваат како странци сега како такви стануваат туристичките институции, ако во концептот за туризам не ги претпоставаме и потенцијалите што ги имаат мештаните. Впрочем, мештаните со право гаеле уверување дека ќе пронајдат свој интерес, а во практиката останале изолирани не само од гостите, туку и од институциите на туризмот. Овој факт го револтира населението и тој револт го осмислуваат со прагматизмот на менаџерите и дури како социјален и национален бол, односно како социјална судба што довела до статусот - мештаните да се најдат како категорија која пати.

Ако се појде од фактот во кој туризмот се развива, односно од релативно неразвиените услови и попрецизно во услови на социјалистички и самоуправен развој, тогаш и тана присутните социјални разлики и противречности во туристичкото место меѓу селото и градот, меѓу луѓето со поголеми или помали примана, со поголема или помала образование и слично се уфрлуваат и оние разлики што денес го карактеризираат светот.

### 3. Туризмот како сеопшта потреба

Анализирајќи го старото општество, неговите внатрешни спротивности и антагонизми, Маркс ја разоткривал онаа карактеристична отуѓеност на класите и воопшто на човекот и навлегувал подлабоко во патологијата на конкретната индивидуа и општествена група. Во тој контекст отуѓеноста била условена од општествени и политички услови, од самиот систем на владеечки односи. Тезата што ја застапува, - изобилно докажува дека буржоаското општество како внатрешна структура се повеќе станува отуѓена од човекот - изразен како владеечки или како експлоатисан слој.

"Денес пишува Анри Лефевр дури почнува да се назира сложеноста на прашањата што ги - поставува теоријата на алиенацијата. Тие прашања се разновидни. Историски треба да се изучи каква била улогата на тој поим во настанокот на марксизмот, наков Маркс го (во делата на својата младост) прифатил од Хегел и Фјербах и како го трансформирал и во која смисла и време. Добро е према тоа да се проследи во текстовите таа трансформација. Теоретски да се одреди што претставува филозофски поимот алиенација во марксовите научни и политички дела, нарочно во "Капитал" и да се знае дека навистина економската теорија на фетишизмот продолжува на објективен (научен) план во филозофска теорија на алиенацијата". \*

Современата анализа што непосредно или посредно поаѓа од човекот најдиректно е инспирирана од теоријата на

\* Анри Лефевр - "Дијалектички материјализам - критика сванодневног живот" - Напријед, Загреб, 1959, стр. 120

отуѓувањето, односно алиенацијата. Со неа се толкуваат и критикуваат општествените системи и разоткриваат во својот бирократизам; се анализираат стопанските и другите општествени односи, кога се оптеретени со технократизам; се осмислува поделбата и организацијата на трудот по институции и покажуваат случаи од институционализација. Оваа теорија продира длабоко во современото живеење и особено ја апострофира карактеристичната осиромашеност на современиот човек. Токму поради тоа дава основа за одбрана на човекот и неговите вредности.

Евидентно е дека теоријата на отуѓувањето изобилно се напојува на традиционалниот и на современиот хуманистички врток за да ги разоткрие виталните потенцијали и се носи со амбиции човекот да го третира низ тоталитетот на реалните општествени односи. Димензиите нејзини веќе се формулирани како филозофски категории со свои гносеолошки и социјални корени. Она навлегува длабоко во науката за човекот, во свеста на индивидуата како субјект, низ неговите односи во непосредната и пошироката околина во која се изразува. Влегла онаа и во уметноста, расчленувајќи ги карактеристичните конфликти на епохата за да го нагласи она "звереење" во човекот на современото.

Оваа теорија и пошла по генезата и историјата и така ја согледала судбујата на природата и природното во човекот, а со тоа добива позиции за беспощедна критика на општествените системи, на поделбата на трудот и организацијата на животот, односно за "критика на сешто постои". Кон животните



ситуации оваа теорија не пошла како другите од некој однапред даден систем, нити пак од некоја идеализирана престава, туку повеќе од особеностите на човекот во контекстот на историските и реалните општествени односи. Токму поради тоа значи некое радикално салто во размислата, бидејќи „традиционалните теории повеќе го толкувала светот, а проблемот е тој да се менува.“ Затоа оваа теорија значи аларм за човекот, за општествените тегови во кои пошол и грч за квалитетен пресврт во животните ситуации ако веќе еднодимензионално се насочува животот.

Популарноста на теоријата на алиенацијата, односно на отуѓувањето и значењето што го има во современата критика придонело науката и организираната практика, да се нанеа инспирира. Оттука, таа има и значење за развитокот на туризмот како современ, општествен и стопански процес и како квалитетен концепт за живот. Во тој контекст туризмот се јавува како феномен што го негира традиционалниот систем на живот, а со тоа значи и директна последица од негацијата на вообичаените традиционални односи, односно тој модел за разотуѓување на човекот. Впрочем, обично туризмот го претпоставува тој заморен и истоштен, нервнонапнат и исцрпен човек, би рекле тој отуѓен човек. Оттука, оваа теорија помага да се претпостави содржината на современикот, да се препознаат детерминантите на неговата заситена структура и организација, да се маркира во неговото битие болното поле и пореметената социо-психолошка рамнотежа што се заедно е основа да се отвори и програмира одморот, разонодата, забавата,

уживањето, рекреацијата и воопшто опоравокот на човекот. Во тој контекст туризмот преставува и превентива на воедно и куратива.

Основна премиса што го стимулира современото отуѓување пред се се огледа низ таканаречениот систем на "посредништво" - феномен во современата организација и атрибут на институциите од модерниот живот. Посредникот, посредништвото, влегло во структурата на противречностите меѓу човекот и природата; меѓу човекот и неговите потреби, интереси и мотиви; меѓу луѓето, во нивните интерперсонални односи и во витлите на другите општествени односи и процеси. Со посредништво всушност се иницира еден поглед, со амбиција самата институција да се подигне над конфликтните состојби, над противречностите и дури антагонизмите. Со ова веќе е предпоставено дека она што неможел да го постигне човекот, тоа што неможат да го остварат луѓето, треба да го направи посредникот, односно таа повикана институција, - "сервис". ✨

Посредништвото почмува да добива сè поголемо значење во современото. Во институциите се кумулира сè повеќе материјална и морална моќ, идеолошка и политичка сила, образовно, културно и научно искуство. Токму поради тоа човекот се ослободува од физички, често од интелектуални, емоционални и морални напори, се растеретува од внатрешни конфликти. Навидум веќе

\* Во сета таа сложеност на поимите и манифестационите елементи првобитно различни и дури спротивни постои битен заеднички интентел, што е причина и повод во целата појава а тоа е човекот С.Марковиќ и З.Марковиќ "Економика туризма", Загреб, 1972 год. страна 5.

нако да нема проблеми што неможат да се разрешат и така постојно се стигнува до илузијата дека токму поради посредништвото се тече интензивно и ефикасно. Згора на тоа се развива<sup>ат</sup> очекувањата и надежи и дури страсни желби да се добие наклонетоста, да се придобие помошта на овие институции.\*

Денес се констатира дека во животот владат системи, програмери што се изразуваат идеолошки и политички - ги политизираат масите; нешто слично чинат и институциите на стопанството и општествените дејности, науката и културата, па го чинат човекот зависен и се позависен од институциите - го институционализираат животот. Така човекот станува додаток на организацијата и редовно зависен од институцијата. Ова не е само судба на обичните луѓе, туку и на самите творци што работат согласно на задачите што ги поставила институцијата. Таквите спреги доведуваат до техничко-технолошка мена, до соодветна организација на стопанисувањето во која човекот се повеќе отстапува место на нешто што е производ од организацијата на трудот и животот.

Се наметнува впечаток дека човекот безрезервно како да го прифатил "благотворното" дејство и улога на посредниците во својот развиток и формирање, во задоволување на интересите, потребите и мотивите. Изгледа дека тој се помирил и станал задоволен од статусот што му го одредиле институциите.

Меѓутоа, малите и дури безначајни, навидум скривени реакциии

\* Интересното здружување во туризмот сеуште стихојно се иницира и остварува. Институционално не се изградени можности за усогласување на интересите меѓу давателите и корисниците на услуги, оние заеднички спреги да се програмираат и со тоа остварува слободна размена во трудот и активизацијата воопшто.

или незадоволства, подоцна прераснуваат во професионални, социјални, идеолошки и политички немири, побудни, експлозии, што ги тресат институциите и општествениот систем. Така, релативно мирната еволуција во која се нумулирало незадоволството од статусот што се има, почнува еруптивно да се манифестира. Потиснатото незадоволство од посредништвото се таложело, се нумулирало, се кондензирало и во одделен момент буннало како лавина што бара квалитетен расплет и сосема нови односи.

Друга една премиса што ја иницира теоријата на отуѓувањето се огледа во идејата на "замена". Имено, би се очекувало посредниците, односно институциите што ја остваруваат посредничката улога да ја изучат потребата и врз тие сознанија да предложат адекватен модел за разрешување. Меѓутоа, институциите на посредништвото, обично тоа не го чинат и не се мотивирани за такви проблеми и емпириски улоги. Напротив, тие имаат можности да ги заменат одделните ситуации со сосема други што институционално ги обработиле и за кои имаат матрици.

Така човекот стои пред проблемот и дилемата што не е негова, туку само сугерирана. Ова се постигнува со културна обработка и пропаганда, со економски, идеолошки и психолошки притисоци и дури со испробани трикови. Ефектот од замената е остварен ако институциите го грабнале човекот во лабиринтот, во него вие можат да му сугерираат потреби и интереси што треба да ги има за да тие бидат брзо и ефикасно задовоолени. "Неможе да се излезе од секојдневието. Свршеното се одржува само во фикцијата

\* Интересно здружување меѓу институциите што непосредно и посредно се заинтересирани за туризмот случајно се остварува без да ги зафати содржините во подлабоките корени што е пак основа за градење и остварување на туристичкиот модел, зависно од луѓето или пак сообразно на сплетот на чинители што учествуваат во туристичкиот тек.

и прифатената илузија. Ова неможе да се избегне. Меѓутоа, човекот сака да има - колку е можно повеќе прирака - илузија за бекство. Илузија која не ќе биде сосема илузорна, туку ќе сочинува еден "свет" истовремено и привиден и стварен - стварен привид и привид на стварноста... Така човекот работи да би го заслужил слободното време и слободното време има само една смисла да се излезе од работата - Пеколен круг".

Идејата за посредништвото се обидува механички да го преовладува човекот, неговата традиционална историја и култура со тоа што го изложува пред нова свест и психологија. Посредништвото ја потиснува природата на човекот, но ја надоместува со друга што е изведена од кодексот на модерните ритми. Институциите го модифицирале животот на човекот и така остваруваат една нова природа и друг систем на односи и процеси. Современикот живее со уверување дека има сè побогат живот, содржина и особеност, а всушност често е последица од посредничката улога на институциите. Човекот и остварената резултанта стануваат производ во траката на институциите.

Отуѓените институции тежнеат да го сиршат човекот во неговите ориентации за да можат да ги заменат желбите, мотивите, потребите и интересите и тие да ги задоволуваат на еден сериски начин. Затоа, пак своите проблеми, дилеми и ориентации се потиснуваат, се одлагаат, се туркаат како споредни. Така човекот почнува веќе да се плаши и да ја потиснува и негира својата сопствена природа.

\* Анри Лефевр - "Дијалектички материјализам" - Критика современиот живот, - Напријед - Загреб, 1959, стр. 160

Психоаналитичарите се склони да веруваат дека современата цивилизација, преставува последица од таа потиснатост. Така природата чаме во отуѓеност и само во експлозии се изразува. Модерниот живот донесе уверување дека се разрешуваат противречностите, дека се првовладуваат иако често само се преминува од една етапа во друга, од една ситуација во нова, од една природа и структура во некоја друга. Промената стана постојанство и стил во постоењето. Ова панорамно ја условува и интензивната афективност на современикот, неговата нервна напнатост и патологија. Животот што го иницираат институциите ги турка луѓето во надежи и илузии и во изобилство на атракции што го шеметат оставајќи го немоќен за анализа на тоа што тој реално преставува и што објективно значи.

Нано специфичен општествен феномен, како својствен стопански систем, како систем на институции и како концепт за современ живот, туризмот, отуѓеноста ја претпоставува како нешто објективно дадено. Туристите обично се регрутираат од такви отуѓени услови и значат алиенирани луѓе: заморни од работните обврски, од институциите и задачите, заситени од домашното огниште, од непосредната средина во населбата и градот. Поаѓајќи на одмор, напуштајќи го работното место, местото на постојано живеење, прифаќајќи го статусот на туристи, веќе се декларираат за квалитетна промена, односно обезбедуваат и слободно време и доволно, а некогаш изобилни средства за одмор.

\* Секое купување на туристичките услуги како да го наголемува нашиот апетит, уште повеќе да ги купуваме. Причината, велат стручњациите "не е само во тоа што туристичката роба целосно сме ја нунсумирале, туку во тоа што нејзиниот асортиман е скоро безграничен и што изгледа дека желбите и потребите за туристички услуги не можат да се заситат".

Ова е секако доболна материјална и социјална основа, за да се претпостави потребата од разотуѓувањето и осмисли туризмот како одреден специфичен феномен што ќе овозможи брзо и ефикасно дезалиенирање. Туризмот, сега има задача да обезбеди адекватни услови за да се вратат изгубените сили и способности за работа и творештво, да обезбеди комплетна рекреација која ќе ја поврати пореметената рамнотежа кај човекот. На одмор се очекува да се врати здравјето, свештината и животната радост, работната и творечка способност. Човекот за време на туристичкото патување или привремен боравањ во некое туристичко место бара и чини и напори да стане друг, односно она што мисли дека би можел да биде.

Како почнува, како се организира, како тече процесот на разотуѓувањето, кои се битните предуслови што забрзано и комплетно го хуманизираат човекот: има сигурно серија што отуѓува, но такво нешто неможе да се претпостави за разотуѓувањето и притоа да се уштедат аналитички и други напори. Разотуѓувањето секогаш го претпоставува длабокото познавање на човекот и тоа колку продлабочено, толку гаранцијата за брзо и ефикасно разотуѓување е поголема. Сепак, токму карактеристичната отуѓеност во извесна смисла дава и некои хипотетични становишта за можните насоки во разотуѓувањето:

- наспроти посредништвото на институциите  
 низ разотуѓувањето се иницира идејата за спонтанитет. Имено, место да се очекува некој друг да ги разврши

проблемите, човекот веќе треба тоа да го стори сам, а со тоа да ја врати постапно вербата во своите сили и способности. Оваа идеја ја разработиле преставниците на психоаналитичката теорија за да докажат дека спонтаното се огледа во она што е во човекот продуктивно и творечко. Така смислата на животот, наладата од живеењето и потенцијалите во активноста се иницираат.

Разотуѓувањето може да се изрази во повене насоки, низ мноштво форми. Самиот спонтанитет може да се насочува во племенити насоки, но може и да скршне во нови разотуѓувања и патологија. Затоа, едните гледаме дека уживаат во благодетите на творци и во резултатите од трудот, а другите во стихија што темнеела како бес и пакос. Го препознаваме спонтаното кога го иницира творецот уште во грчевите за креација, го препознаваме во спецификата што ја иницира како желба или дарба, како карактеристично чувство, фантазија и мисла, како своја особеност и квалитетно дело. Меѓутоа, да се живее во ритмот на спонтаното, се уште не значи дека се живее и секогаш добро, но само дека се чувствува и доживува своето дело.

- Наспроти на идејата и техниката на замена, разотуѓувањето иницира доследност и одговорност за своето дело. Барањето човекот да биде и да остане "новач на својата среќа". Впрочем, отуѓениот човек, одговорноста за своето дело, мисла, емоција и измислица, често е префрла на некој друг, иако достоинството на човекот бара да не пот-

Тие поединци се повенето познати како уметници, всушност, уметникот може да се дефинира како поединец, што е кадарен спонтано да се изрази." - Ерих Фром - "Бекство од слобода" стр.235



клекнува пред маки и тегоби, пред неизвесности и опасности .  
 Отуѓениот исто така претерано се обвинува и напаѓа се до ниво  
 да го губи нагонот за својата личност. Мислата е дена разотуѓувањето развива чувство за своето дело, за вредностите на својата личност, ги хуманизира меѓучовечните односи и развива симпатизантство за светот и животот, за околината на човекот. Спонтанитетот сигурно може да се претпостави изобилно во туризмот. Впрочем, туризмот и неможе да се замисли без спонтанитет. На него го претпоставуваат во конципирањето, она што го знаеме како постојано сообраќавање со гостите што доаѓаат на одмор и одморање. Онаа девиза дека "гостинот е секогаш во право".

- Во отуѓените ситуации самите конфликтни состојби се подигнуваат на се повисоко рамниште во институцијата и општеството, биренли дека се хиерархизираат. Станало веќе вообичаено судирот да се шири на сите односи што во извесна смисла дава привидно растеретување, утврно или прифатливо, но не и сосема точно разјаснување и очекуван расплет. Веројатно затоа одделни случки во туристичкиот тек или боравок се прераскажуваат, надополнуваат и популаризираат и брзо кондензираат како карактеристина за улогата на институцијата на туризмот, односно за туристичката регија и туризмот воопшто. Во ова лежи и тајната зошто некои туристички места, хотели или келнери, добиваат глас, а други преку ной го губат и неможат да го повратат угледот. Затоа процесот на разотуѓувањето е специфичен и води постојано сметка за

индивидуалитетот на човекот и за неговите потенцијали, бидејќи само тие гарантираат брза и радикална хуманизација. Потребни се секако конкретни напори и организиран систем и таква активација : што низ одморот и рекреирањето не води во квалитетен пресврт и целосно разотуѓување.

Туризмот како тек може да ја има таа препорочувачка улога, бидејќи се лоцира на нови и дотогаш ненаселени простори, покрај природните реткости и убавини, крај реки, езера, мориња и во богати планински и шумски предели, во стил на динамично постоење. Непосредниот допир со природата и со природните сили бара секогаш одделна припременост на самите туристи за да можат благотворно и максимално да го апсорбираат позитивното дејство од природата и промената. Нога пак се има предвид заморена, исцрпена и отуѓена индивидуа, тогаш припремите се психокомплексни и во својата суштина неопходни. Не е можно да се оди во царството на природата и во витлите на природните сили и стихии, во стилот на Адам и Ева, без оглед колку можѐ да се претпостави питомијата и благородството на природата. Туристот неможѐ да се инспирира нити како Робинзон Крусо кој во раскопот на природата наидува на храна и други колку-толку сносливи услови за опстанок. Таквите обиди, авантуристички и романтични се наивни походи во природата и воопшто во непознатото веќе брзо спласнуваат и кратко траат. И што е особено значајно, често носат непредвидливи последици по самите туристи. Впрочем, и еднодневниот излет во природата мора да биде припремен, а особено подолг боравац или подолго патување во нови предели.



Целта сенаци е видлива гостинот да се задржи во угостителскиот објект колку може повеќе. Во функционална смисла како да се тежнат во угостителската соба, во угостителскиот кревет и во објектот да се кристализира целиот живот, сите разнообразности и наслади и тоа да се сервира со помислата, како небаре да е понудена таблета за одмор, разонода и уживање. Модерното епикурејство може да се покаже до нивото на имагинација . .

Туристичката експанзија довела угостителските институции, а сигурно и другите да поаѓаат пред се од старата престава за човекот. Мотивите имаат економско, психолошко и морално значење. Но, таквата стара престава често ја негира современата поделба на трудот и мрежата на специјализирани институции. Старомодното угостителство и туризам бара некако да го надомести домот со своите функции, но притоа имаат предвид некој стар дом, онаа стара фамилија што некогаш имала комплетна улога во хуманизацијата на човекот. Оттука, и туризмот во практиката значи некое враќање назад кон старите односи и асоцијации. Во ваквата инспирација се претпоставиле само примарните и елементарни потреби на луѓето, како што се: храна, стан и слично, а не и другите суптилни потреби за одмор. Одмарањето е разбрано старомодно, бидејќи човекот влегува во пасивизација, како во прашање да се мускули или како да е заморен мозокот. Одморот во таквите услови често делува досадно, заморно, а монотониот ритам да ја растурат изобилните гозби, меките постели и исцрпните озборувања.

Ако ги веруваме дена задоволувањето на физиолошките потреби е доволно за животното (и човекот) тогаш животот во зоолошката градина би морал да ги чини многу задоволни. Ваквата паразитска егзистенција ги лишува од стимул што би им дал израз на нивните физички и ментални способности и поради тоа често им станува досадно стануваат апатични" "Е.Фром "Анатомија лудске деструктивности" Загреб, 1975 година, стр.

Новото што го носи модерниот концепт за туризмот, ја претпоставува динамиката а не статината како стил за одмарање. Карактеристичен пример се секако масовните пропатувања по туристичките регии и релативно краткиот боравок во одделните места. Ова значи, дека угостителските објекти и туристичките места треба да се откриваат во корелација со пошироките простори и со движењата на луѓето дури од еден до друг континент. Перспективите на туризмот веќе не можат да се гледаат само во хотелите што израснале како цинови на некоја песочна плажа и со амбиции да донесат или надоместат живот и уживање што го смислил човекот. Впрочем, во туризмот се изразува феноменот на новото време, само ако ефикасен го чини допирот со природата и со природните сили, ако квалитетно го надоместува она вообичаено живеење, ако овозможува туристите брзо да ги вратат силите и способностите. Тој иницира нешто ново и различно од она што се има дома, и од она што веќе е типична индустриска карактеристина во современиот живот.

Поаѓајќи од фактот што туризмот се јавува и развива обично на релативно неразвиени подрачја, тоа неговата модерна и помодна тенденција во практиката тешко се разбира од самите мештани. Тешко можат тие да ја прифатат фантастичната брзина и изобилното инвестирање во циноските угостителски

објекти или во супер модерната опрема; тешко можат да сфатат како овие објекти така можат брзо да се демодираат и да се преадаптираат дури и рушат за да се изгради нешто ново и атрактивно. Останува уверувањето дека со туризмот, небаре се иницира бесот и лудоријата на модерната епоха.\*

Интересно е што мештаните афективно учествуваат во изградбата на угостителските и туристичките објекти. Новиот објект како се гради, така станува се повеќе предмет и имагинарна доработка, повод за меѓусебни расправи и дискусии. Суштината на оваа партиципација често е оптеретена со стравот дали новото ќе се сообрази со околината и со дадениот традиционален систем и особеност. Веројатно, туризмот кога се развива во старите населби, постојано се сообразува со дадената историја и генеза на околината. Меѓутоа, современите потреби, економските амбиции и притоа трката за доход и профит, задачата во конкуренцијата да се предначи со модерно и помодно, менаџерите на туризмот често ги турка кон негативско однесување на локалните критериуми и менталитет на мештаните. Сепак, туризмот неможе да се оствари ако мештаните останат рамнодушни за она што станува во тие институции, а уште повеќе ако се спротивстават и антагонизираат према нивните улоги.

\*... поединецот некогаш тежнее да го дезорганизира животот вон од трудот да им даде поттик на агресивните тежби, со кои неговата личност настојува да се афирмира на брутален начин со употреба на разновидни средства што ги подсилуваат: хазадните и шпанските прилади, алкохол, навина или потреба за прејадување, забави како што се престапи што се сметаат за спортски дисциплини, бокс, кеј, авто-трки, филмови што будат страе и емоционални филмови. Американските наблудувачи што се повеќе или помалку обоени со психоанализа, настрано го толкуваат однесувањето на специјализираниот работник во текот на неговиот вивкид. Ж.Фридман "Размрвлени рад" стр. 151.

#### 4. Туризмот, како специфична активност

Туризмот логично произлегува од карактеристиките на својата епоха и претставува негова консеквенца, негова особеност. Отука, како концепт тој ја претдоставува својата категорија гости и адекватно ја разработува. Ги анализира нивните потреби и согласно на сознанијата до кои доаѓа ги стимулира, развива и задоволува. Во оваа смисла туристичките институции, хотели и ресторани или плажи, почнуваат да прогностираат што сè би имало интерес, што може да биде желба или вкус на гостите. Со ова веќе се влегува во квалификуваните на гостите и подлабоко во суптилниот или типизираниот вкус што го имаат или <sup>ке го</sup> изразат за време на одморот. Така, институцијата почнува би рекле да "чувствува", да "мисли" и открива потенцијали, да гледа на нештата со очите на гостинот, со неговите афекти да го исполнува амбиентот, со неговиот ум да расудува, со неговите желби да доживува. Адаптацијата е потполна и богата само ако се препознаат потенцијалите за одмор што ги имаат гостите.

Оваа лепенга од особености до која доаѓаме во размислата се проверува и верифицира уште со самата покана за гостување, односно во понудата што ја даваме преку средствата за информирање. Добрата прогноза по правило би требала да покаже и добар ефект, како по бројот, така и во квалитетот на гостит

\* Еден теоретичар од странство во инспирација рекол дека го туризмот имаме "најплеменит феномен на современото човечанство"

Обратно, лошата прогноза носи во погрешен избор на содржини за информацијата и комуникацијата, предизвикува лоши последици по односите и стопанисувањето. Понудата преставува сложен проблем што бара интензивна студија, ако не сакаме наивно или само на среќа да покануваме гости.

Покревајќи го човекот од неговото секојдневно работно место и социјална средина, мотивирајќи го за промени и нови доживувања се отвараат многу сериозни проблеми. Обично се мисли дека промената носи освежување, а не тегобност, дека носи разонода и уживање. Врз основа на ова се надеваме дека не се нужни некои сериозни размислувања и студии за одморот и одмарањето. Лугето се склони за промена особено за онаа која не само што не ги зголемува обврските, туку ослободува и растеретува од бремето што го имаат на работното место и дома во професионалната обврска или социјална средина. Ослободувањето од обврските вие се доживува како растеретување и поради тоа се верува дека нема ништо поединоставно и попросто од одмарањето. . Така : сериозно не се планира и програмира одмарањето бидејќи одморот се изведува спонтано.

Мотивирајќи го човекот од неговото секојдневно работно место и социјална средина, мотивирајќи го за промени и нови доживувања се отвараат многу сериозни проблеми.

Од искон сме имале таков однос кон одморот и тоа сигурно соодветствувало на човека и на неговите тогашни обврски. Точно е исто така, дека токму она што е природно и непосреден израз и квалитетно одмара. Меѓутоа, човекот во современата организација на работа и живот, веќе се изменил. За ова придонеле зголемените барања што се



поставуваат во секојдневието. Она што го отежнало живеењето по многу придонело да се намалат или изменат дури и можностите за непосредно и спонтано реагирање. Развиената мрежа на институции влегла во посредништво и ги смалила можностите за спонтано и природно реагирање. Сознанијата покажуваат дека современиот човек во голема мера изгубил, тој веќе како да не е способен за живот во природата, освоен за оној што го иницираат институциите како специјалитет, строго стручно пресметан и програмиран.

Дали навистина слободното време, одморот попладнени, неделниот одмор, годишниот и дури воопшто дали одмарањето било тоа вакво или онака заслужува внимание или некоја сериозна анализа и изучување. Има уверувања дека искуството што научно го осмислуваме се однесува за проблеми што произлегуваат од фундаментот на постоењето, односно дека науката и творечката мисла е насочена на нешта што се битни и пресудни за човекот и човечкиот живот. Систематизираното искуство не би имало смисла да се свртува кон одморот и одмарањето, зошто со тоа може да се компромитира науката. Очигледно со ова се сака да се сочува одморот и одмарањето од налетот на институционализмот и особено од институционалниот прагматизам.

Одморот е појава многу променлива, разнообразна и богата со специфичности и во неа не би можеле да се пронајдат некои потрајни законитости. По својата внатрешна природа одморот тежи секако да биде нов, оригинален и свој, зошто без тоа не би бил одмор. Меѓутоа, животната активност и научна

насоченост фундаира на некои принципи, а и тоа дека човекот веќе стал заморен и заситен од правила и ред. Затоа се верува дека одморот треба да остане и / нешто друго од она што е планирано, нормирано, рационализирано и прогнозирано. Оттуна, самата наука кога се обидува да припомогне на одморот се до-ченува со алергија и страв да не би со својата ученост го расипе и сноластицира одморот и одмарањето. Одморот преставува суптилна сфера, нешто што е иманентно на слободата на човекот. Тука не само што немаше, туку по некое уверување нетреба да влегува науката и искуството - одморот треба да остане во сферата на личната слобода на човекот. Што би станало со човекот и со него-вата слобода ако е тој докрај програмиран и во одморот, односно ако секоја негова активност биде во сите пори, научно прогнозирана.

Врз основана ваквите сознанија се јавува некој револт спрам институциите што во името на редот и хармонијата, промена и прогрес го затушуваат и жртвуваат човекот. Ова вове се чувствува се повеќе во живеењето и низ различните начини го следат како сенка човекот и сите негови активности. Здравата личност се уште се одупира на налетите од институциите. Младешките движења токму како да го изразуваат тој бојкот на формализираниот ред и типизирана подреденост на животот, вкусот и уют. Бекството од средината која прилега на научно организиран и експериментален лавиринт, како да станува карактеристична за современиот човек ако тој сеуште сака и може да ја сочува својата суштина, ако има се уште некое г чувство

засебе и за потенцијалите што ги носи како зложба и особено ако има доволно средства сам да го организира одморот во својата вила или викендица.

Ера ваквите премиси логична е потребата да се побегне од еден свет на дирижираност и од научно организирани ситуации што не остава<sup>ат</sup> простор за слобода. Би се рекло дека човекот станува незадоволен од она што во негово име се создавало. Тој сега особено за време на одморот бега од она за кое го уверувале и за кое и сам се уверувал дека е достоин амбиент. Во <sup>то</sup> оваа смисла останува класично<sup>70</sup> уверување дека во такви ситуации особено туристични повекe вреди неугледната слобода отколку блиставото ropство на современите институции.

Порои од изморени, исцрпени, исчашени и овенати луѓе се повлекуваат од траншеите на редот и научна организација на производниот живот. Луѓе, што посустануваат во ритмот и амбициите, што отстапуваат од позициите на работните места и од општествената улога и во една грозничава брзина се отиснуваат далеку и колку може подалеку од она што го доживувале во своето секојдневие. Се што го потсеќа на смисленост и организираност веќе делува алергично и заморно и почнува да го вознемирува, да го прогонува во се понови и други простори. Со грозничава брзина се вози за да се избега од конфекцискиот ред и стигне во некоја оаза која прилега на нешто ново и значи нешто друго. Во викендот или туристичното патување

\* Може впрочем да се рече дека во одредени облици на техничката цивилизација разонодата не покажува здрав пат за рамнотежа и процут на личноста, туку дава само некое потребно решение од кое нема подобро. Такви форми на бегство дури и тогаш кога се успешни, во очите на психијатрите имаат исто така патолошки карактер. М.Фридман "Размрвалени рад" стр.163.

не бараме веќе слично, туку различно од она со кое сме презентирани во секојдневието.

Веројатно постои некоја корелација меѓу она што го дефинираме како интензивна работа и живеење, со она што го разбираме како одмор, разонода, рекреација и уживање; односно и корелација на онаа содржина што се изразува во работата со другата вон од неа во слободното време и одмарање. Сигурно, битна е хипотезата дека токму трудот наков што се јавува и интензивира, преставува детерминанта за слободното време и за она што е хоби и слобода на човекот да ги развива несметано своите способности. Оттука, бидејќи заклучило дека одморот и одмарањето ги има корените во трудот, во работните и творечките обврски. Одговорот за тоа наков човек доаѓа на одмор и наков турист среќаваме и дури како се насочени неговите потреби, треба да се бара во неговите обврски и ангажмани што ги имал на работното место и во рамките на неговата организирана средина. Врз основа на ова се и претпоставките дека луѓето итаат на одмор, бараат да се одморат и низ одморот се уште го држат ритмот што го изградиле во трудот и низ работните обврски или пак тие се изразуваат (и бараат) и низ одморот да појдат во негација на се она што порано го чинеле како своја секојдневна обврска.

Ваквите корелации сигурно треба продлабочено и научно да се изучуваат за да може да се сочува личноста како субјект и таа да не се изразува двојно, односно да тендира во противречности што го исчашуваат самиот човек.

Значајно е дека луѓето се повеќе и подолго почнуваат да

се одмараат и притоа имајќи го предвид годишниот, неделниот одмор, одморот во текот на денот и дури контрабандно во рамките на работното време и низ другите грижи. "Демократизацијата на сезонските одмори со барањето во приморските места и планини или на острови - сега и се понирона, така да ги изгуба и локалните виши класи на малите градови и аграрни подрачја, додека<sup>1</sup>пред десетина години тие задоволства си ги дозволуваа само престолничката виша класа".<sup>2</sup>

Ако ја следиме историјата на зголемување на слободното време, динамичниот пораст на времето за одмарање, притоа сме склони да прогнозираме за иднината во која човекот се ослободува и сосема станува ослободен од трудот. Вознемирени сме во иднините престапи за животот, за улогата на трудот во очовечувањето на човекот. Во прашања како да се доведува и етиката која се темелеше на трудот и на цел систем од традиционални општествени норми.

"Трудот е татко на сите добрини" - констатираа социјалните поети. "Трудот е извор на сите богатства" - тврдеа економистите. "Трудот е вечна енергија на општеството" - додаваа филозофите. Човекот треба да се научи да работи и животната смисла и значење да ја наоѓа во работните обврски, во резултатите од трудот. Ова сознание до денес се разработи и во практиката се бараа начини да биде навистина резултат на трудот.

Нога пак внимателно ја бараме предисторијата на слободна што можело да се дефинира како слобода или попрецизно како лична, групна и класна привилегија, доаѓаме пак до сознанија што вознемируваат. Што можело да се случи со онаа слобода

психологија, со самата научна вистина и акција, што добила  
 една општествена поддршка и социјално значење. Имено, знаеме  
 дека безделништвото во народните верувања е жигосувано како  
 порок, безработноста е разбрана како несреќа, како општествена  
 невоља, како неморалност. Овој конфликт на традиционалната  
 свест со реалните современи нешта и промени создаваат конфузија  
 како во творечката мисла, така и во самата општествена организи-  
 раност и ангажираност во туризмот. Сигурно многу тегобно мора  
 да се чувствуваат луѓето во овие алтернативи на животот и  
 вреднувањето.

Интересно е, велат научниците, што го проучу-  
 ваат одморот дека човекот покарактеристичен се изразува преку  
 одморот отколку преку трудот. Се добива впечаток како инди-  
 видуалитетот да го формира не трудот и професијата, не работ-  
 ното место и општествена обврска, туку нешто што е токму вон  
 од него, нешто друго. Најдобрите потенцијали би се рекло  
 убавото време се чува за она што е вон од работната обврска -  
 и воопшто за нешта што се слободни. Очигледно званичната  
 општествена наука и акција веќе влегува во криза и се прет-  
 ставува во насилие врз човекот, ако постави задача да ја огра-  
 ницира својата метода и израз. Општествените институции во  
 лицето на семејството, школата, работната заедница, веќе  
 стапуваат свесни за овој расчекор меѓу она за кова тие тра-  
 диционално се залагале и она што веќе се бара од животот и  
 еднојдневието. Општествените реформи во извесна смисла често

И така, лебот што го јаде работникот во модерната индустрија  
 повеќе не е наплатен со пот. Опднал бројот на работите што се  
 вршеа со физичка снага, опднале грубите рачни обработки.  
 Машината го прими на себе потот, али старото пороцлетство ос-  
 танува. Само неговата формула се изменила: ќе го заработуваш сво-  
 јот леб во тага и досада".

Журидан "Нуда иде лудски рад" стр. 87.

привидно или повремено, некогаш делумно ги ублажуваат овие последици, но сепкогаш на показ останува длабока криза на институциите и на традиционалните општествени норми. Изгледа дека е споредно како се доаѓа до средства и до можности што ја иницираат и остваруваат слободата. Станува споредно што работиш и каде работиш, колку што е значајно како се одмараш и колку одморот се изведува - усогласено со ритмот на епохата и премисите на модерната култура и цивилизација.

Зачудува фактот колку малку луѓето знаат за одморот и одмарањето. До ова сознание се доаѓа ако одделно се анализира времето проведено вон од работата и дури самата работна пауза. До сосема слични впечатоци се доаѓа ако се набљудува некој пејсаж во кого се одмараат луѓето или автопат по кој се натркнуваат. Слични впечатоци имаме и кога ги споредуваме информациите за тоа како сме го минале одморот. Очигледно недостига искуство и култура за содржајно одмарање. За ова би можело да биде едно објаснување дека луѓето масовно влегуваат во нова и модерна организација на трудот, за која не се бара некоја долгорочна припрема, односно на работното место влегуваме брзо, благодарение на развиените радија на трудот и специјализации, односно врз премисите на стекнатите социјални слободи и право на работа. Прилагодувањето на работните задачи трае често неколку месеци, недели, неколку дни или само неколку часа. Седе машината, технолошкиот процес го презема на себе не само физичкиот, туку дел и од интелектуалниот

\* Фридман го цитира Фердинанд Заеиг "Хоби веројатно подобро ја изразува целокупноста на животот на работникот од самата работа, постојат работи што не се повторуват додека она што е хоби, во кого работникот наоѓа задоволство може да ги неутрализира последиците од премногу механизираниот работа". Ж.Фридман "Размножен рад", стр. 154.

напор. Во оваа смисла способностите ги добиваат сите битни и дури до танкости разработени предуслови да се изразат и остварат. Значи, приспособеноста на работа неможе да преставува како некогаш доволна основа за организацијата на животот, односно за култура во одмарањето.

Објаснување би можело да биде и верувањето дека старата класична образованост и култура, онаа карактеристична припрема за „ господски живот“ и уживање, веќе не само што изгубила основа во воспитување на генерациите, туку и оној стил на привелегираните категории не е веќе условен од институционалната организираност на образованието и културата. Таа господска особеност се потиснува во сферата на групен и личен манир. Школата како образовна институција веќе се дистанцира од таквата улога, слично на неа сториле и другите институции кои не претпоставуваат нити изведуваат строги норми за воспитна, културна или друга социјална особеност што треба да ја имаат луѓето. Очигледно дека работната обврска и образовните и културните институции не ги веќе оспособуваат како некогаш луѓето за квалитетно и содржајно живеење. Затоа одмарањето неможе како порано просто да го изведеме од трудот, или од констелацијата на етичките, националните, културните и социјалните норми. Сигурно настанале некои промени во општеството што го измениле не само трудот и општествените односи, туку и воопшто поделот на живеење на луѓето, и самото секојдневие. Се изменил човекот од нашето време и услови. Затоа, одмарањето веројатно исто како трудот се променило и



тоа веќе мора да изразува нова етапа од развитокот на општеството и човекот.

Нолку новина и по содржина и по форма можеме да ја препознаеме во сегашното одмарање. Се добива впечаток дека дестресите на организацијата на трудот, не се споредливи со начинот на одмарањето. Одмарањето сега како да значи се уште некое повлекување во поедноставни ситуации, во кои е намалена онаа напнатост што го карактеризира секојдневието. Тоа лабавее слегува во поедноставно, а опуштањето влече во фантазија и сон, односно во разновидни традиционални прижелкувања, карактеристични за исцрпениот и преморен човек. На одмор се оди веројатно преморен и дури потполно исцрпен. Често недостигаат витални сили што ќе го покренат човекот на активност согласно дадените можности и туристички ситуации. Недостигот од перманентно одмарање преку ден, и низ викендите, многу неповолно се чувствува и во годишниот одмор. Лугето снаоаат во одморот без да се добро припремат. Се живее со уверување дека за одмор нема потреба од припрема, од физички и интелектуални напори, односно дека за одмор не се бара искуство и некоја култура. Поради тоа, одморот место да ги врати силите и способностите, тој често ги исцрпува и го продлабочува отуѓувањето на човекот.

Туризмот како општествен, стопански и како институционално организиран процес поаѓа од тоа дека во оваа појава влегуваат лугето физички и духовно заморни и исцрпени.

\* Воглавно може да се рече дека во животот на модерниот човек напореда се развивала механизацијата за работа и механизацијата за доколица. За последиците на едната не може да се суди како што треба ако се тоа наблудува одвоено од другото.... Си-дејни психо-социологијата на автомобилот би имала да разликува.... инструмент за работа и инструмент за доколица.

Ж. Фридман "Куда иде лудски рад" стр. 41-42

Туристите се желни за одмор и за психично растеретување, односно за ритам што ќе ги рекреира и зајакнува, што ќе ги разо-  
нодува и така постапно и забрзано ќе ги враќа загубените сили  
и способности. Гостинот треба да се разбере онаков каков доаѓа  
на одмор и да може за време на патувањето или боравоноот да  
настанат во него позитивни промени. Се разбира, за ова се  
плаќа.

Корените за оваа напнатост и премореност можат  
да се бараат во организацијата на трудот и во агенсите што  
максимално го рационализираат работното и производните сили.  
Ванва претпоставка дава можност да се специфично третира ту-  
ризмот со оглед на категориите на трудот и дури во корелација  
со конкретното работно место, сообразно со улогите и функциите  
што ги имал туристот во своето работно секојдневие. Заклучокот  
сугерира дека со се поголемата поделба на трудот и специјализа-  
ции, со се поголемата раситнатост на задачите што ги добива  
работникот, напнатоста перманентно се наголемува.

Индустрискиот подем на една земја има корела-  
ција со индивидуалната напнатост, односно со вниманието што  
работникот го придава на времето. За одмор, туристично патување,  
или на ваков или онаков боравок во туристично место. Социо-  
лошната премиса и овде уверува дека со развитокот на индустри-  
јата физичните напори, дел од интелектуалните преоѓаат на маши-  
ната, така да работникот во основа повеќе не е како некогаш  
физички или интелектуално заморен или исцрпен. Сега, зарабо-  
тувачката не ја сработуваме со своите мускули, или со сивилото

на мозокот, колку со нешто друго, односно со психичка потиштеност, со она што ја уништува индивидуалната конституција на човекот. Со други зборови, во текот на работата, перманентно се кумулира незадоволството, а тоа пак турна во фантазирање во непресметани изливи, во револт и агресии, во карактеристично бегство во болест, во апстиненции од работа, во мотиви за промена на работното место, кон преселување и на тоа слично. Ова е сериозен индиктор како последица на преангажираност, а уште повеќе за погрешна ангажираност во трудот.

Работникот во современата организација многу прецизно и ефикасно ја обавува својата задача. Ова му го диктира и наметнува машината и организацијата на трудот. Во почетокот вистина дека таквата модерна организација и машина "ги продолжува неговите раце", неговиот ум и способности и ја зголемува и дури заменува неговата физичка и дел интелектуална сила, но подоцна со текот на остварувањето, односно со заморот постапно или забрзано самиот станува нејзин додаток, терет во организацијата на трудот и дури не<sup>е</sup>соодветен, неефикасен чинител во произведувањето и стопанисувањето. Инспирирани на ова, вие се иницира технолошки излез што го истиснува работникот како неадекватен за современ и модерен производен тек. Ова доведува "фабриците да работат без луѓе" со малку луѓе и устанавите без чиновници или со сосема малку. Но, при сето тоа се бараат токму тие работници што останале, брзо и ефикасно да се рекреираат, за да се вратат само со нови и развиени способности за сложените задачи на работното место.

\* Најдобро ослободување обезбедува редовната работа пишува Јунг. Меѓутоа, работата е способно само тогаш кога е слободен чин и ако не содржи во себе ни трага од инфантилната принуда".

Овие последици по работникот во современата организација на трудот, директно водат во потребата за квалитетна организација на слободното време, односно го нагласуваат значајот на рекреацијата и разонодата, на промената и туристичното патување, како битни претпоставки што ефикасно го остваруваат животот на човекот, односно што даваат гаранции тој се уште да ги задржи своите витални, работни и творечки потенцијали и да се изразува со способности и мотиви на развиена индивидуа. Кога размислуваме за овие тегоби на современиот човек не мислиме дека старите времиња биле толку добри и погодни, бидејќи немале и не носеле некои возбуди и грижи. Напротив, се покажува дека новото време и општествени услови донело и нови содржини што го чинат оригинално напнат секојдневниот живот, односно што го дефинираат човекот во новите услови на живеење. Сепак останале во животот на современиците и многу возбуди и грижи што се резултат на старите услови на трудот и живеењето. Во оваа релација се уште некои физички и интелектуални напори предизвикуват тегоби, напнатост, нервоза, доведуваат до дезорганизираност, односно до физички слом на човекот и душегубие.

Напнатата индивидуа афектираната има повеќе причини за оправдување. Физички преморената особа, претоварена со многу работни обврски и задачи, што се некогаш над нејзините можности носи свои тешки возбуди и грижи. Иакутоа, современата и подерна организација на животот сепак ги чини актуелни оние

специфични напнатости што се иницирани од новата организација на производните и општествените текови. Во оваа смисла стануваат дури и необични немирните струења во категориите на трудот во категориите на возрастите. Тоа се тие социјални експлозии условени од производните и општествени односи.

Нога сите овие елементи се земаат за основа, простите сме склони да го бараме "вчерашниот мир" односно старите или барем ланската сигурност. Врз таква платформа се јавува носталгија и дури идеализација на старите добри времиња, улоги и функции, на старите регии и родни краеве, за старите пријатели и спомени. Оваа носталгија турка во минатото и бара дури организирани форми за слегување во благодетите што ги носи поедноставното, староградското, фолклорното, наивното и дури примитивното. \* Трба да се рече дека институциите на слободното време разработуваат често многу оригинална стратегија, со задача ангажирано да не донесат на вртуокот за задоволување на потребите и интересите. Тоа го чини и економската пропаганда заинтересиран за нашето слободно време и за средствата со кои располагаме. Таков е случајот и со туристичката пропаганда и тогаш кога рекламира преку весници, радио и телевизија, односно преку уметноста на сликата, книгата, филмот, музиката и дури со науката и научните сознанија и докази.

\* Има мислена дека "во луѓето е секогаш вродена желбата да се приближат и да воспостават врска со големите настани од минатото."

## 5. Специфичност на туристичката потрошувачка

Карактеристично е, велат научниците, што ја проучуваат потрошувачката, дена од сите страни се повикува на потрошувачка. Ние тоа го чиниме небаре е тоа самоцел. Никој не прашува што значиме откога нешто имаме и зашто таква грозничава потрошувачка. Нупувањето станува навика, страст, хоби, разонода и уживање, стил да се покажеме и докажеме, таа носи возбуди во изборот и одлуката, в садува чувство дена повеќе се поседува. Нупувањето обвјава, уверува, тоа сугерира дена стануваме веќе други. "Иста фамилијарност е воспоставена со помош на персонализираниот јазик, која игра значајна улога во развиената комуникација. Тој е "ваш" член на конгресот, "ваш" автопат, "ваша" најсакана робна куќа, "ваш" весник, тоа е донесено за "вас", во повикува итн. На тој начин се наметнати стандардизираните и општи нешта и функциите преставени како "специјално за вас". Мала е разликата во тоа дали оној на кому се така обраќаме верува или неверува во тоа."

Важната трка да се покажеме и докажеме станува засилена со мрежата на институции со која пазарот доаѓа до прагот или на телефон. Самопослугите прифаќаат купувачи во кои "посетни и нештото е твое". Ова во извесна смисла е волшебно бидејќи како да не е важно колку пари имаш и дали вистински имаш пари. Кредитирањето стана феномен што турка масовно и интензивно во потрошувачка. Веројатно највразит пример на потрошувачка преставува содржината на слободното време, ноа голта

се повеќе од заработувачната било кога се манифестира како хоби, или како туристичка појава. Оттука се бара "уметноста и животот" надвор од трудот и во способноста максимално да се искористи слободното време, односно да се употребат средствата така што да го квалитетно остварат животот. Со право може да се претпостави дека некои категории од трудот штедат преку цела година за да можат и достоинствено да го потрошат годишниот одмор, односно да обезбедат квалитетен излет или задоволство низ некој туристичко патување. Процесот на скратување на работното време, можноста за се поголема заработувачка на масовните категории оди во прилог на развојот на оваа појава. Оттука и склоност туризмот да се дефинира како се поголема "потрошувачка на иднината". \*

Сепак помоден станува и еден карактеристичен бојот према институциите на потрошувачната. Оделни обноси и помодности на егзишот и битниците, многу прегледно тоа го илустрира. Имено, пасивниот нивни отпор се јавува како иницијативна одбрана од налетите на институциите и од разапнатите преси што веќаваат задоволување. Беријатно уште подалеку стигна движењето хипи кое иницира квалитетна одбрана од современите институции, насочувајќи го задоволувањето на примарните потреби кон непосредните односи во природата и воопшто во чулно живеење. Групното доживување оно нивно жидување за природата и природни ритми се феномени предизвикани како реакција на претераниот институционализам.

\* Времето што почнува, всушност се дефинира и како "високо развиена потрошувачка на масите", како "терцијална цивилизација", како "постиндустриско општество", како "урбано" и слично.

Сепак, и покрај тие благодети и болести на епохата отворени се нови димензии за современо и модерно постоење на човекот. Изложени на влијанија имаме изобилни допири со она што станува во светот и животот. Тоа го проширува хоризонтот, ја вдлабочува општествената свест, но тоа место го поттикнува интересот, го одлага чувството за контакт со својата конкретна средина. Затоа останува печатокот дека се осиромашил нашиот живот. Тој се збогатил духовно, со оглед на информациите што ги добива за светот, но тоа како да се остварило на штета на елементарните информации за непосредната средина. Станува обично да се докажуваме и покажуваме низ тоа колку сеопфатно сме информирани, за се она што станува во пошироката асоцијација и светот. Слично може да се констатира за изобилството на производи со кои се опремени домаќинствата и за она мноштво на сервиси што стојат на услуги во секојдневниот живот: Модерната индивидуа секако е информирана, таа е претоварена со производи, но таа како да изгубила чувство за својот конкретен живот, за оние традиционални системи на постоење и живеење. Загледани во светот и епохата се губи чувство за непосредното, за живи интерперсонални односи, за конкретни процеси и односи. Се губи оној витален однос кон својата непосредна околина.

Нако да останеме граѓани на широките заедници и структури, како и натака да партиципираме во светот, а сепак тоа



да не го платиме со цена што го уништува личниот живот и лежалото во непосредното секојдневие. Со други зборови како светот да остане во нашите преокупации а сепак да не се загубиме во светските простори и метежи. Се работи за заштита на својот живот, и тојму од тие премиси треба однос кон она што делува и одбранбени механизми што ќе ја гарантираат слободата и насоката. Се работи за елементарна грижа, за човекот што останал изложен на неконтролирано дејство и влијание. Без тоа остануваме препуштени на стихијата и на разновидни институции и влијанија, односно ослонети во некоја надеж дека сепак од тоа изобилно дејство врз нас ќе има некоја наслада.

Онаа страсна припрема за годишен одмор или вивенд, разбрана како настојување да се добие на располагање што повеќе време и понесат што повеќе материјални средства; онаа стратегија емпириски да се испровери правецот и условите за одмор, во многу е условена од таа глад дури и прегладнетост за слободен, непосреден допир со природата, природните сили и дури стихии. Отуѓувањето во работните дни, она интензивно робување во трудот и институционалната обарска, она сукцесивно потиснување на внатрешните потреби за природа и природност, го условуваат одморот како можност брзо и ефикасно да се надмостат загубените сили и способности. На таа основа се развива една грозничава трка во потрошувачката на времето и средствата. Оној вишок на слободно време и вишок на слободни средства го осмислува

Некои научници тврдат за многу сериозни последици кога го истакнуваат поимот "звучна неуроза" и со тоа отцриваат корелации меѓу бучавата и "порастот на насилството".

ста на туризмот со помош на мрежа од институции и меѓуинституционални спреги што го обликуваат одморот и одпарањето.

Улогата на непоредната околина во генезата на човечниот род е неспорна како во онаа творечка, така и во историјата на тегобите што ги чувствувал да се развие и оствари. Модерните медиуми го отворија светот и животот во полето на вниманието и тие со своето дејство можат да доведат и доведуваат до страотни последици по човекот ако не го претпостават како субјект. Некогаш беше проблем во оној ограничен видоцруг, во таа локална околина која открие дека е дел на една поширока заедница и целина во која учествува и се осмислува. Сега тоа се претумба и доаѓа нова опасност во таа сеопшта престава, во онаа ситуација често се губи чувство за својата особеност, за својата регија, за својата непосредна заедница и структура. Во спорот на идеи и концепции и во дејството на модерните институции останува оспорена улогата на онаа непосредна околина.

Афективно реагираме дури за ситни нешта што значи некој симптом на побуна од одреден ред на односи. Склоноста да се минуваат земји и континенти како анонимен патник или туриста сигурно е некој индикатор за внатрешните судири што бараат задоволување. Спремноста да се менува местото на живеењето и работата, да се менува професијата, да се почне живот на подруга основа и концепт, исто така претставува симптом на незадоволство. Во оваа смисла религиозните верувања и ритуали, склоноста да

\* Не постоело ли непрекинато струење помеѓу човекот и природата која ја продуховувал, вообликувал, понекогаш се борел против неа за да овладее со неа али никогаш не се одалечувал и одвојувал од неа. Ж.Фридман "Нуда иде лудски рад" стр. 43-44.

да се живее неконтролиран живот, низ неформални групи и групни односи, дури и надвор и наспроти на општествените норми, исто така се индикатори што загрижуваат за судбата на битието кое во грчот се ослобува на старите форми на живеење во преовладаните содржини и дури во примитивното и бруталното.

Проблемот што се отвора бара да се анализира токму непосредната околина која со своето дејство го социјализирала човекот и го припремала да го доживее и разбере светот и пошироката средина како свое а не како туѓо и непријателско дело. Изгледа дека сме веќе склони да станеме модерни граѓани, но притоа да го заборавиме своето потекло, своето име, своите способности и ум, да ја уништиме својата душа со надеж дека така ќе ја замениме со душата на некој универзум. Во динамичната структура на современото живеење и на работното место и во оној приватен живот после пладне, сè повеќе се покажуваме како жедни и прегладни за информации за светот и животот. Сме заинтересирани за нешта што го исполнуваат пазарот. Ние примаме информации просто ги голтаме без размисла, селекција и контрола, купуваме и само купуваме за да го збогатиме животот и да ја зголемиме својата сигурност.

Во туризмот се има цена. Врз основа на ова се развива онаа карактеристична појава и настојување што повеќе производи и услуги да се постават во корелација со туризмот и со туристот. Ова од своја страна доведе дури да неможат да

се изнабројат нештата што го збогатуваат туристичкиот содржај. Во оваа смисла Д-р Слободан Унковий во делото "Економика на туризмот", го цитира Крафт. "Економскиот елемент е заеднички именител на психолошкиот, социолошкиот, географскиот и техничкиот аспект на туризмот". Оттука, и значењето на комплексното изучување на туризмот од сите негови аспекти'.

Ова овозможува да се продлабочено прогнозираат потребите на потрошувачите, на туристичките услуги, (изразено во лицето на туристите) како и дејноста на институциите и организациите на туризмот што овозможуваат задоволување на тие пројавени и изразени потреби. Проблемот станува едноставен бидејќи на една страна е оној што има потреба, - купувачот, односно туристот, а на друга оној што понудува, што дава услуги, што ги задоволува потребите и што наплаќа. Тоа пак, што се со пропагандата и со другите трикови разбудуваат некои "квази" потреби и тоа што во остварувањето се подметнуваат сурогати, исто тана, би требало да биде предмет на туристичната наука а не само да го сочува своето значење, а туристичката институција својот углед. Во спротивност туризмот се претвора во гусарска игра, во која секој секому ја подметнува. Она што би рекле "рог за свеќа". Веројатно најмногу социо-психолошки проблеми се јавуваат токму во тие меѓусебни односи на купувачите и продавачите на туризмот. Во нив треба да ги откриваме општествените односи што денес постојат на пазарот на туризмот.

Економистите и особено тие од Економиката на туризмот, не го оспоруваат значењето на општествените аспекти во оваа појава. "Поради ова погрешно би било при изучувањето на економското значење на туризмот да се запостави неговата општествено-политичка улога дотолку повеќе што поменатото широко значење на туризмот делува на крајот и на неговите економски ефекти." Ова е секако точно, но е точно исто така и тоа дека туризмот како општествена појава е навистина многу карактеристичен од простата причина што се остварува по правило низ непосредни односи, што се манифестираат како своевиден светски пазар. Во тој контекст Анри Лефвар, вели дека "Туризмот развивајќи се сам себе се уништува", во смисла дека се повеќе станува атрибут на времето, особеност на сите луѓе во пост-индустриското општество.

Како општествен феномен, туризмот се инспирира уште рано на становиштето дека како природно битие човекот сигурно бара да ги задоволи своите примарни потреби, она што условува елементарен опстанок. Но, тоа не значи дека човекот живее за да ги задоволува само нив, туку има и некоја поширока продлабочена смисла, неговиот живот. Туризмот, затоа се иницира и од тоа како навка се јавува свеста на самите туристи. Меѓутоа, ова не значи дека туристите се сеногаш свесни за сите свои потреби, особено ако се претпостави нивната отуѓеност, дури од својата сопствена природа. Мислата е дека ниту едната претпоставка (човекот е природно битие со свои примарни потреби) ниту другата (човекот е свесно битие), неможат да станат до

на основа од која се иницираат сите премиси за концептот на модерниот туристички тек.<sup>1</sup>

Прво што домаќинот емпириски го води кога бар помисли на посета и гостување, е карактерот на гостите. Она што се вели "што луѓе доаѓаат". Тој од луѓето се инспирира за да го организира дочекот и квалитетното гостење. Многу е сложено и деликатно да се потрефат потребите што ги има човекот кога доаѓа во некоја средина. Проблемот станува сложен ако се претпостават повеќе луѓе и масовно гостување во текот на сезоната. Неопходна е сепак голема организираност и култура ако само се претпостави истенченото чувство кај гостите и префинет вкус. Инаку, многу туристи во мешаницата остануваат незабележани, запоставени, разочарани и дури навредени.

Сепак, во оваа туристичка појава се поаѓа од она што е наједноставно - се работи за луѓе кои имаат примарни потреби, односно за луѓе што се свесни за она што им треба, но и за реалните услови што ќе ги задоволат нивните потреби. Ова е доволно приемот веќе да се иницира како задоволување на примарните потреби, односно она што во старата смисла имал поимот "дочек". Се работи вистина за полна трпеза и добро гостување, но и за адекватна социо-психолошка атмосфера. Сигурно стојат на располагање многу искуства, како да се дочека и обезбеди квалитетно задоволување на примарните потреби,

\* Изначно што не се упати на годишен одмор или на виврид во некое туристичко место или во некој зимски центар сака во основа да се одмори, разоноди, да доживее нешто угодно.

односно како да се стимулира и разнежи општата расположба . Сепак, за забележување е дека многу сурогати денес ја интензивираат примарната потреба или само општата разгалена атмосфера .

Обично се поаѓа од едната компонента, - примарната потреба или од втората - атмосфера-штимунг, така да во прашањето дури се добива оној коктел што ја чини првата импресија, од гостувањето, од патувањето или од боравокот во некое туристичко место или институција . Меѓутоа, заложбата треба да оди кон квалитетна, а не само кон било каква туристичка појава . Се работи за специфични примарни потреби кај луѓето и за специфична атмосфера што стимулира, а не за типизиран туристички настан . Изгледа дека е проблемот како ќе се прашаат тие елементи, тие две битни компоненти . Во прашање е индивидуалноста на човекот и карактеристичноста на туристичките текови и ситуации во кои влегуваат за да се тој ослободи и доживее и да ја осмисли својата прошетна или посета .

Никој не оди на викенд или годишен одмор за да се најаде и насипе, односно да ги задоволи само примарните потреби, зашто тоа го чини и дома и тоа можеби поквалитетно . Но е проблемот во какво-годе задоволување на примарните потреби, туку со оглед на туризмот на некој специфичен начин . Исто така, истенченото чувство за атмосфера, веќе покажува знаци на заситеност од готови модели што ги сервираат институциите на културата . Затоа, пак, во туризмот се бара одделен степен на лично учество, се бара активна, дури творечка особеноста и

Гостите, ако сакаме општата угостителска или туристичка атмосфера да се доживее како своја, а не како купен дар за гостите. Модерниот туризам бара атмосфера во која ќе има и свој удел гостинот. "Кога не купите нешто, на пример, фрижидер, вие од тоа црпите корист долго време, па дури и тогаш кога не функционира можете да го продадете или бар некои негови делови. Меѓутоа, кога купувате туризам, вие се возите по земјата или по морето, спиете во хотел, се храните во ресторан, можеби посетувате музеи или разни приредби, или купувате сувенири. Во секој случај вие тука стварно купувате свој одмор, промена на средината, промена на воздухот и климата, гледање на убави предели, сончањето на плажите и слично." \*

Бараме нов квалитет во задоволувањето на потребите во туристичкиот тек за да се тој разликува од она што го имаме на домашното огниште и во институциите на кои годишно сме претплатени; бараме атмосфера што ќе се разликува од онаа што ја имаме во школата и во работната организација, во Домот на културата или црквата, или во било која институција од современото живеење. Туризмот мора да донесе, да покаже, да изрази и нешто ново и различно во човекот што било притавно и затушено во секојдневието и во традиционалната организација на животот. Никој не оди на одмор ако тој значи она што се има дома, или во својот град, односно ако тој значи она вообичаено што го среќаваме во институцијата и во секојдневните општествени односи.

\* Цифер бр. 1 (страна литература од економиката на туризмот) 1970 година приредил д-р Славко Ѓосмингер, стр. 22.



Останува проблемот како туризмот да се извлече од стихијност, од онаа сеопшта гужва и карактеристична буна, но, и од она типизирано задоволување на потребите. Како туристичките институции да се ослободат од идвите за проста имитација на другите општествени појави. Туризмот не смее да презема улоги што се наменети за другите институции од општеството, туку треба да ја апострофира својата особеност. Оттука и потребата тој да се ослободи од онаа еkleктика што обично е условена од преземање на улоги што ги имаат другите институции. Мора да се претпостави комплетното битие на човекот како трајна основа за туризмот. Веројатно, она што тој се иницира како масовен или индивидуален, како народен групен, или на работните организации, како форма на одмарање, разонода и уживање, или како особен по стилот, бидејќи ги свртува луѓето во одделни групи и пластови, во помодности на епохата, упатува квалитетно во правецот кон новата појава што се иницира во ова, како се вели "време што почнува".

Во туризмот задоволувањето на примарните потреби е значајно исто како и општата атмосфера што стимулира не само примарни, туку и секундарни потреби. Но, пресудно е сепак што туризмот е нов систем на живот кој квалитетно се разликува од она вообичаено секојдневие. Оттука и прашањето колку тој систем - туризмот - е сообразен со современиот. Или уште поточно, израз на потенцијалите и потребите што ги има човекот, ако во не тој се припрема и влегува во одморот за да се ослободи и

реорганизира. Ова е вонредно значајно за да се разбере туризмот како систем на живеење и сфати како нова социјална потреба во времето.

Туризмот иницира нови особености и квалитети во организацијата на индивидуалниот живот. Затоа се диференцира како специфична општествена појава и нов општествен однос, што квалитето се разликува од другите класични општествени и стопански односи. Ова бара сигурно и продлабочено проучување на општеството, за да може да се препознае новата суштина, бара продлабочено изучување на човекот и на неговото битие, за да може тој да се сфати како се реорганизира во времето на одморот, во разонодата и во другите активности како ги остварува своите потенцијали и преокупации. Впрочем, туризмот го реструктурира човекот за да се тој оствари на квалитетно нова основа во одморот и одмарањето.

Очигледно дека со туризмот се иницира една необична, колку современа толку и модерна појава. Најнапред се веруваше дека е тој секундарна потреба и урнек за привилегијата на одделни општествени групи. Оттука, по својата суштина тој прилегаше на безделништво, разонода и уживање и во тој контекст значеше индикатор за стандардот, на зголемениот и приграбениот општествен углед, значеше желба за афирмација,

Сигурно, тој беше содржина само на еден тенок пласт од општеството и стил во неговите склоности кон помодерните на времето. Изразуваше ритми на богатите категории што можат да си приредат такво уживање.

не смеаме да паднеме во претеран оптимизам, истакнуваат стручњацима да очекуваме дека така брзо ќе настапи некоја неограничена експанзија на туристичката побарувачка. Тука секогаш игра важна улога законот на супституцијата, зашто туристичките услуги се наоѓаат во значајна корелација со трајните потрошни добра како што се електрични апарати, накит, ордно, кола, виленици и слично."

Туризмот, меѓутоа, се повеќе се јавува и како многу масовна појава. Во него веќе не учествуваат само привелеговани категории од општеството, туку и многу други пластови кои во одморот и туристичното патување пронаоѓаат задоволување на своите потреби. Ова веќе покажува дека во туристите и во масовните движења треба да гледаме и со едно ново внимание и општествена грижа. Имено, ретки се општествените групи што туризмот го немаат како своја потреба и што сè уште живеат само во стариот систем од секојдневието на домашното огниште. Масовувањето меѓутоа, на своевиден начин загрижува, ако го разбереме како форма и содржина, од аристократизација на луѓето и како индикатор дека денес веќе масовно се прифаќа културата на еден "господски стил". Она што од тоа произлегува, побудува страв од такво масовно одмарање и уживање, турка во вознемиреност од зголемената потрошувачка во цели што директно не се осмислуваат во трудот. Туризмот очигледно станува потрошувачка што заплашува да го глтане цело заштедено богатство.

Сигурно ова поимање повеќе е израз на онаа исконмплексираност на работниот човек што се поистоветил со трудот и идеолошки дистанцирал од задоволствата што ги дава животот надвор од работата и производните ефекти. Оваа отуѓеност од животот, секако е последица од поделбата и организацијата на трудот во општеството, во кого само одделни категории биле предодредени да ја бараат животната смисла во трудот и во работните обврски. Се работи за категории што се адаптирале само на работните задачи, така што поверувале дека е тука целата животна смисла и задоволство.

На оваа филозофија што тони во работните задачи за да човекот обезбеди каков-таков опстанок се надоврзала и адекватна идеологија, општествена свест и морални норми, што директно се инспирираат на трудот и на општествените обврски. Во еден таков свет полн со задачи, сигурно нема место за забава, разонода и уживање, нема место за туризам. Таквиот свет не само што не го претпоставува туризмот како своја потреба, не само што уживањето не го зема како животна смисла и наслада, туку категорично го негира, па дури изразува презир кон безделништвото, кон категориите што се склони да го прифаќаат и да се одадат на такви задоволства. Идеологизацијата секако ги селектирала тие задоволства на луѓето и го варди обичниот човек да не влезе и тој во искушенијата од уживањето.

Интересно е дека категории софиски квалификации и образование, тие што уште не се адаптирани и стабилизирани во работниот колектив, по правило го одлагаат одморот, бараат да им се плати или пронаоѓаат некоја друга привремена работа во која производно се ангажираат. Оттука, и претпоставка дека на годишен одмор, обично се оди тогаш, кога својата работа се заврши или барем кога се заокружи, односно кога таа може да се пренесе на некој друг. Времето за одмор, ако слободно се бира, сигурно е во корелација со статусот што се има во колективот, исто така како што изборот на местото за туристички боравак или правецот на патувањето, што се наоѓа во корелација со угледот што го има човекот во непосредната асоцијација.

Се задржало се уште едно средновековно гледање на одморот и одмарањето, небаре се работи за епикурејство, иако масовно луѓето веќе зачекориле во оваа слобода и наслада. Одморот и одмарањето не е само расипување на материјални средства и сили, не е само потрошувачка која може да се одложи или укине. Она не е содржина само на детството и младоста, туку битна и животна потреба, начин да се повратат способностите и силите во човекот, да се повторно воспостави рамнотежа во човекот. Се работи за модус што овозможува не само да се тони во работни обврски и низ различни отуѓености, туку и да се почувствува наслада од материјалната и социјалната слобода. Самата рекреација на луѓето, она комплетно изразување има животна смисла и значење и бара институционален, општествен и културен третман. "Поимот одмор денес се уште е врзан за мир, лежење, односно тој е по квалитет спротивен на она што доведува до замор. Ова сфаќање денес не може да се одржи бидејќи потполн мир, односно неактивноста доведува до нила процеси што преку разни механизми, а нарочно преку централниот нервен систем доведува до лошо расположение, апатија, спадана досада и незадоволство, а што заедно делуваат баш спротивно од саканата цел. Место одморот да го зајакне организмот, апсолутната неактивност постигнува замор".

Современите и модерните односи и процеси предочија развиени потреби на луѓето како и можности тие да се брзо и квалитетно остварат. Во оваа смисла, туризмот и туристичките

иницијативи, произлегуваат од таа ослободена природа во човекот, од иницираните благородни односи меѓу луѓето, од зголемените амбиции за образование и култура, и пред се од зголемените материјални можности и социјални слободи на луѓето. Цела една индустрија веќе се надоврзала на овие потреби, се со цел да бидат квалитетно остварени и потполно задоволени. Се добива впечаток дека институциите, внимателно го изучуваат човекот во новите туристички потреби и тие системно се организираат квалитетно да услужат. Меѓутоа, динамиката на потребите не е секогаш во корелација со можностите што ги иницира оваа специјализирана индустрија. Тоа упатило да се изучуваат потребите се со цел да се стимулираат, па дури и сугерираат. Образованието и културата, улогата на средствата за информирањето, пропагандата се само различни форми преку кои забрзано се иницираат потребите што ги има човекот и можностите, квалитетно да се задоволат. Општествениот углед, модата, престижот, уште повеќе ги стимулираат институциите да пронајдат сè понови детерминанти преку кои ќе можат да го движат човекот и неговите потреби. Така останува уверувањето дека човекот веќе ја остварува својата права, а често ја покажува само својата конфекциска натура.

Очигледно спонтанитетот, тој грч за разотуѓување на човекот, често се злоупотребува од институциите, за да се стимулира потрошувачка што во крајна консеквенца носи само економска и институционална корист. Интензивно се стимулира спонтанитетот во туризмот и особено во угостителството и притоа,

алкохолот и различни дрогирања, пропагандата и илузијата, имажинацијата и измамата се оние груби начини за интензивирање на човекот. Општата резултанта од така интензивираан живот и доживување е само сурогат на потребите што се всадени во човекот и привид на задоволствата во кои боже човекот се чувствува оштоматено среќен и пијано задоволен.

Нако да го одбраниме човекот од институциите кога се поигруваат и злоупотребуваат, како да ја одбраниме спонтаноста сфатена како грч за разотуѓување, не само од институциите, туку и од самите луѓе кога се неспособни да ја препознаат правата потреба од привидната, својата од онаа што е сугерирана како помодна, како да ја разликуваме творечката од таа што се јавува како имитација,

старата од онаа што се јавува како нова и прогресивна, битната од онаа што е споредна и на тоа слично. Треба да се брани човекот дури и од сопствената неуност и од можностите да се шогодно задоволуваат. Смислата на животот мора да се постави човекот со своите природни потенцијали.

Кога е во прашање нивниот личен живот, луѓето денес пишува Р.Милс, често имаат впечаток дека влегуваат од една клопка во друга... нивното мислење и моќ сосредоточени се на тесен свет од нивниот позив, семејството и соседите; во средините надвор од нив се движат со несигурност и остануваат наблудувачи а доколку ги зафатат амбиции и страсти што неможат да бидат задоволни во рамките на нивната непосредна средина, доколку и поовне се чувствуваат немойни и фатени во стапица."

Сигурно доста старо е уверувањето дека одморот и одмарањето стои во невоја корелација и со здравјето на луѓето. Квалитетниот одмор сепак може брзо да го зајакне организмот, да ги залечи раните, да поврати здравје и свежина, да ја влече бочи желбата за работа и напори, да ја врати вербата во своите сили и способности. Ова искуство, меѓутоа, иако старо/сеуште не е доволно изучено, за да се разоткрие онаа корелација што ја има здравјето на човекот, со одморот и одмарањето, и во тој контекст се туризмот. \*

Практиката уверува дека неможе докрај да се диференцира човекот како работен или пак да се докрај диференцира поимот "слободно време". Се работи за еден исти човек, за иста индивидуа, што ги проицира своите грижи од работното место надвор и во сите содржини на животот и обратно, обдареноста на човекот има свое водејство на целокупниот живот и социална околина. \* \* \* Останува затоа уверувањето - човекот да се третира како комплетна индивидуа за да се понагласено апистрофира<sup>ат</sup> не само работните, туку и другите негови потреби. "Се смета дека при национален доход над 400-500 долари по жител, останува после задоволувањето на примарните потреби вишок од расположиви средства што се преливаат во други категории на потрошувачката за задоволување на секундарните потреби. Иако и внатре во тие потреби се јавува голема вертикална конкуренција со оглед на разновидните можности на потрошувачката, туризмот во таа скала на потреби добива се пого-

Види Ристо Стојаноски "Охрид, здравствено-туристички центар" Охрид, 1973 год.

го цитира Звеиг, дека "човекот нема една личност додека не се јави невоја сосема различна на работа - тој е само еден и ист човек".

"Разиралени рад" стр. 150.



лема важност што може јасно да се види во постојаниот раст на бројот на корисниците на туристичките услуги".

Практиката од одморот и одмарањето обично и претходи на теоријата и на научната мисла за одморот и поради тоа што историски гледано кон одмор и уживање, <sup>кон</sup> изобилни задоволства, кон трагана на ново и непознато, биле слони поимотните категории од општеството, тие што биле ослободени од трудот. Таквиот луксуз тие можеле да си го приредат и притоа пак да го сметаат за игра на духот или за досетка, а не и за нешто што заслужува сериозно внимание и студија. За најголемата категорија луѓе од класното општество, одморот бил само празничен момент, а не и некоја квалитетна можност со своја мисла и значење. Класичното образование и култура ги упатува генерациите и воопшто луѓето кон работа и творештво, кон општествени обврски и задачи. Така што животниот век на човекот традиционално се мери низ трудот. Само привилегираните категории остануваат да бидат заинтересирани за „господски живот“ во кого ќе можат да имаат свој стил во доживувањето и уживањето. Животот се разбирал или како напор за опстанок, или како класна социјална и групна привилегија, за да се доживее и квалитетно изживее. Оваа противречност и дури антагонизам што има класна основа и соодветна интерпретација, почнува вене да се превладува со новата организација на општеството и општествените односи. Зборот е дека секој човек стекнува право на одмор, разонода и животна радост, задоволство и среќа. Масовните излеги, викенди годишните одмори се добар показател за тие процеси.

Сепак далеку в тврдењето дека одморот е задоволство што секој го добива како награда адекватна на вложените напори и постигнати резултати. Искуството уверува за се уште големи разлики во содржината на одморот меѓу општествените категории што има идеолошко толнување. Имено, со стилот што го избрале поимашливите вене се издвоиле како пласт во општеството. Она што го лансираат како одмарање во големите туристички центри, позициите в што ги зафатиле со својата вила или летна резиденција, средствата со кои пропатуваат или се одмараат, покажуваат форми на дистанцирање, условени од благодетите на материјалната моќ и социјалната слобода.

На одмор и одмарање сепак одат се повеќе сите категории и поради тоа зборуваме за одморот како за развиена современа појава. Но, луѓето на одмор се разликуваат по можностите со кои располагаат. Општеството е структурирано и тоа прегледно се гледа и на панорамата што се избрала за одмор, во која дури и просторот, плажата и оголувањето на телото не ја негира, туку ја потенцира таа социјална особеност. Одделно е прашањето што во современата цивилизација и култура "повединецот останува без одбрана, без интимни и вредни средства - како што се гледа не само во САД, туку и во нашите европски големи градови - стандардизирана разонода, лошите филмови, прости пвачки на шансони, <sup>жолти</sup>недозволените часописи... баривети и други емитувања преку радио, ако не и во баровите (во Франција: кината) и во некоја неграмнотажност и возне-

мирност што разновидно и повеќе или помалку збркано се одра-  
зуваат во сите слоеви од општеството. Стигнувајќи до таа  
точка се прашуваме дали модерното обвездување на трудот исто  
така, ... уште повеќе нагласено со сервисното производство,  
делумно и одговорно во САД, како веке и кај нас за "обвезду-  
вање на разондата". \*

Зачудува фактот колку луѓето не знаат да се  
одмараат, разонодуваат и како малку во овие текови имаат  
крвација. Туристичката индустрија изгради типизирана култура  
за одмарање и ја всади во луѓето како секојдневна филозофија  
за викендот или одморот. Гравецот на патувањето често е ориент-  
ран кон одделни точки, регии или туристички места. Начинот  
на патувањето, со оглед на превозните средства исто така во  
најчест случај се типизира. Често конфекциски се и мотивите  
во изборот на местото за викендот или подолг туристички бора-  
вок. Стереотипни се гледањата и навиките што се практикуваат  
во текот на денот или дните и така се стигнува до олитена ру-  
тина во времето на одморот. Некогаш зачудува дека и тоа може  
да биде одмор и одмарање.

Мали се промените преку денот и воопшто во текот  
на одморот, така да го остават спокоен гостинот. Се добива  
впечаток дека сите што одат на море, езеро или покрај река,  
одат само заради сончање. Глетката по плажите покажува како  
се распослале, полегнале по песокот, и  
Целта е да се заграби повеќе од сонцето, а се друго остава

непресметано. Поради тоа само еден облак го руши расположението, една роса ги нишка шаторите, еден ветер ги крваа гостите како птици што летаат вене во нови предели.

Некогаш се знаело дека човекот и земјоделието се многу зависни од природата, од играта на климатските услови, а денес со туризмот, како да добивме урнек на зависност од природните осцилации. Во овој контекст просто зачудува фактот кога гостите неможат да уживаат и во другите нешта што ги овозможува туристичкиот тек или боравок. Зачудува фактот зашто луѓето остануваат покрај водите на морето, езерата и реката, а сепак површината со плаветнило останува празна. Пешачите, вс зачите, како да собрале толку сили и способности да дојдат до кејот и тука поседнуваат, полегнуваат или малку успеваат да зацапаат. Водните спортови обично се неразвивани иако традиционално луѓето се одмараат крај вода. Има доста неукост во одмор<sup>а</sup> и одмарањето, но и елементи на отуѓеност на човекот што доаѓа покрај води како пред некоја граница.

Екстремноста обично со друга се совладува. Оттука на рационалната организација во трудот како да ѝ соодветствува она потполно пуштање; на големата подвижност во текот на годината како да ѝ сега соодветствува онаа полегнатост за време на одморот по плажите. Луѓето оптеретени со некоја хиерархија од односи имаат своја насока во одморот, особено ако и тука бараат урнек. Колку програмирањето на одморот е резултанта од познавањето на својата индивидуалност и на содржината на потребите останува посебно прашање, бидејќи во туристичкиот поход доста се влегува сугестивно.

## 6. Туристични модели

Почетоците на туризмот како општествена појава се наоѓаат во крајот на првата половина на XIX век. Првиот интензивен развој е остварен во период меѓу двете светски војни додека онаа карактеристична туристичка експлозија се бележи во втората половина од нашиот век. Врз основа на една таква оценка се овозможува подлабоко да се изучаваат одделни етапи и откриваат тие што го условиле тој да се појавува и интензивира, односно го објаснува феноменот на неговата масовност. Ова сигурно може да биде основа и за прогнози кои иднината за она пост-индустриско општество кое во многу се дефинира и со содржината од туризмот.

Појавата на туризмот не е случајна туку израз на длабоки општествени состојби во кои се наоѓале приликите на минатиот век. Тоа било време на општествена "криза". Теориската мисла ги барала причините за тие состојби, се обидувала да ја одгатне логиката на низниата манифестација и барала нов и квалитетен излез од таа ситуација. Оттука и напори да се кондензира искуството што го донеле општествените науки, да се тоа систематизира и научно осмислува. Во тој контекст, е констатацијата дека токму "кризата" ја предизвикала, ја условила, ја диференцирала социологијата како посебна наука. Ние денес во социологијата ги опострофуваме нејзините оснивачи во лицето на

Огист Нонт, Сен Симон и Карл Маркс. Тие предложиле различни модели за објаснување на кризните состојби, но и различни насоки, методологија и акции за нејзино совладување.

Едно чудно совпаѓање. Поимот социологија прв го употребил Огист Нонт во предавањата што ги одржал 1840 год. и тоа се зема како почеток на социологијата како посебна наука. Година подоцна Томас Хук ја формирал првата туристичка агенција во Англија, што во историјата на туризмот се прифаќа како почеток на туризмот. Прва патничка агенција од значаен карактер ја основал 1841 година Томас Хук со синот... Тоа било повод да се зборува со управата на железниците за повластиците на воаната карта, за годишен излет на една неделна школа. Повластицата била добиена а неговата агенција станала пример за такви агенции во Европа и светот.<sup>\*</sup> Ова поклопување упатува во продлабочено изучување на условите во минатиот век, односно на многу продлабочени теориски и практични причини за појавувањето и на социологијата и на туризмот како системи на социјалната мисла и социјалниот живот. Во оваа смисла треба да апострофира дена Огист Нонт ја истакнал, нагласил и дури пренагласил идејата за "ред"; дена Сен Симон се инспирирал и ја предложил идејата за "напредок", онаа социјална утопија на минатиот век, што уверувала во можноста да се оствари идеализираното царство на разумот, во кое луѓето се рамноправни. За разлика од нив Карл Маркс, ја разоткрива внатрешната структура на општеството

\* Т. Грешневич "Туризам и теорија и пракси" стр. 55

не само на XIX век, туку и на класното општество во целост за да ги нагласи неговите внатрешни противречности и движечките сили на развитокот и прогресот. Кога оваа теориско наследство се постави во корелација, тогаш е разбирливо зашто и современиот туризам или трага по некој идеализиран ред, или се возвишува во утопија на современиот живот, или изразува како пример на социјални разлики условени од современата подебба и организацијата на трудот и животот.

Овие трагања по причините што довеле до криза во општеството од XIX век и излезните можности што се прогнозирале, оставиле големо наследство во науката и теоријата. Меѓутоа, мислителите и филозофите од тоа време немале задача, само да го толкуваат светот, туку и се ангажирале во неговата квалитетна промена. Оттука и идеолошките гледања биле проследени со апел за промена, со предлози за реформи, со обиди за социјални експерименти или со револуционерно оспособување на класата што требало да ја оствари таа улога. Во редот на можните практични насоки за излез од социјалната криза, туризмот добивал некое специфично значење и ја сугерирал потребата, го иницирал елементот на промената на местото на живеење, можноста, за пропатување, за краток или подолг викенд и годишен одмор. Мислата е дека во редот на идеите и практичните модуси за излез од кризата во која влегло општеството и човекот покрај идеите за ред и напредок, покрај заложбите за револуционерна

преобразба се диференцирал туризмот. "Зборот туризам" има странско потекло и доаѓа од коренот "TOUR" што во романските јазици значи "движење и патување". Иако се патувало и во дамнешните времиња, овој збор преди 200 години не бил во употреба а денес со него сите народи изразуваат исти поим. Она во нашиот јазин опфаќа сума од разновидни карактеристични елементи што заедно ја чинат суштината на една специфична општествена појава". \*

Приклучувајќи го поимот туризам во мозаикот на поими што имале стратешно значење во минатиот век, односно што послужиле како стожери за излез од социјалната криза, сосем логично се претпоставува не само важноста што се придавала на "задоволството од патувањето", туку и обидот да се на некој начин низ теоријата, особено во практиката, искористи она теоретско наследство и искуство од реформаторски обиди на тоа време. Поради тоа, Нонтовата идеја за ред, идеја<sup>та</sup> за напредок на Сен Симон, па дури и Марксовата концепција за комунистичкото општество, на некој начин се вградувале во она "задоволство од патувањето и задржувањето во туристичките места". Ова може да биде причината за онаа долга листа дефиниции за поимот туризам што нагласуваат само некој елемент, односно за впечатокот дека туризмот колку повеќе се изразува, толку потешко се дефинира. "Поради тоа, вели еден теоретичар на туризмот, дојдовме до сознание дека поимот туризам изгледа се позамрсен, колку



повеќе се внесуваат во изучување на неговата бит, како на национален, така и на меѓународен план".

Кога се обопшти искуството од досегашниот развиток на туризмот во светот, се должа до сознание дека ова различно поимање на туризмот, и шаренило, но и многострана практичност, што тешко се компарира и дури тешко егзактно статистички следи и објаснува. Но, при сето тоа постапно пробна пат туризмот и низ практичните остварувања се корегира и ги совладува нејзините недостатоци и пропусти. Впрочем, економијата на туризмот, иако повеќе и има егзактни критериуми што релативно брзо ги отстранува недостатоците во туристичкиот модел, подготвена е да се прилагоди на барањата што ги диктира пазарот.

Од своја страна и туристичките центри изградувалат и поставуваат свои барања во изборот на местото, правецот, времето и другите услови за туристичкото патување и туристички боравок. Во оваа смисла карактеристична е студијата на Д-р Мари Амбрама во која укажува дека "досега повеќе се собирале податоци за составот на побарувачката, за структурата на доходот, занимањето, школската <sup>ста</sup> борама, стандардот и слично". На тој начин можеме да го одредиме односот помеѓу овие социјални карактеристики и поедините правци на туристичките движења, разликите во должина на боравокот, разликите во видот на сместување, разликите во изборот на превозни средства, за флукуацијата на потрошувачката и слично. "Меѓутоа, вели тој, другиот аспект на социолошкото набљудување на туристичката

побарувачка малку е познат и разработен. Изгледа дека туристот бара задоволување во четири различни видови: поларизација (во прв ред бара тој апсолутна промена на својот секојдневен живот); во второ, тој бара промена на средината (што <sup>по</sup> потполна промена на мильето во кое живее); трето, тој бара ослободување од своите работни и фамилијарни стеги и како четврто, тежба за што поголема лична слобода "бег од редот во што поголем неред".

Ваквите становишта упатуваат на потребата туризмот комплетно да се анализира како социолошка појава, за да можат да се прогнозираат задоволствата што ќе се појават кај туристите во текот на патувањето или туристичкиот боравок, односно ја истаннуваат потребата да се влезе во карактеристиките на средината на човекот и противречностите и дури антагонизмите во оној вообичаен живот и она што се бара како задоволство од одморот. Во спротивност овие четири поларизации ретко во потполност се дисоцираат, така на пример, забележуваме дека туристот што е пред сè наклонет кон одмор во тишина истовремено дава предност на задоволување што го дава фамилијарното милје и извесен ред во времето кога се планира своето заминување на одмор. Компликација создава фантот кога туристите одбираат начини на одмор внатре во иста поларизација и бараат повеќе контрадикторни задоволства: така на пример, можда тој бара покрај одморот во тишина (барем одвреме на време) и некоја спортска активност (пливање, шетање, јавање итн.). Сепак,

и во вакви случаи препорачливо е и од други аналитички причини сеноја поларизација да се изучува посебно и да се изучуваат поедините општи социјални компоненти што делуваат во туристичката побарувачка не испуштајќи ја притоа од предвид улогата што ја играат и личните психолошки карактеристики". \*

Туризмот како општествена појава се инспирира на хуманистичкиот врток од социјалните теории и дури некогаш претставува оној идеализиран нивни израз. Нога станува збор за "туризмот на привилегираните класи", тогаш корените на тој "врвен туризам" треба сигурно да се бараат дури во учењето на Платон за државата, што е структурирана да ги задоволи интересите на пластот што бил на врвот од општеството. Во тој контекст, оние "зони за богатите", тие вили што поседнале како монументални споменици, во многу соодветстауваат на врвот од неговата држава и пирамида. Се разбира на тие висини се тие што можат да платат и тие што со голем општествен углед се лансираат на туристичкиот простор. Впрочем, ова не е случај само со врвниот туризам, туку и со сите хотели, мотели, ресторани и плажи. Сите нешта во туризмот се категоризирани. Ова вистина ги исклучува конфликтите меѓу категориите туристи и ги фрла во комуникација само луѓето од иста "сорта" и стандард.

За разлика од овој "врвен туризам", за разлика од тие "зони за богатите" има и еден друг туризам што го

\* Исто стр. 43-44

дефинираме како масовен што соодветствува на просечниот стандард. Овде сепак се вбројуваат не само летовалишта и одмаралишта, туку и хотели и ресторани со самопослуги и сл. Инспирацијата за овој туризам сигурно би требала да се бара во социјалното учење од XIX век и особено во обидите за реформа во социјалните колонии на Роберт Овен. Нашите синдикални одмаралишта во многу потсетуваат на такви утопии и колонии. Овие идеи се остваруваат не врз организацијата на трудот, туку, врз принципот на еднакви права на задоволство.

Земено во целина ова беа само примери за тоа дека социјалните идеи, теории и реформи на минатиот век, многу расношно влегле и се изразиле како туристички, па дури и како помодности на времето. И уште нешто. Дека туризмот гледан низ искуствата на човекот, од прост додаток што го заслудува и дури идеализира животот во одделна етапа се претвара во појава што е не само релативно ослободена од трудот, туку се јавува и како негова директна негација. Во оваа смисла Марк пишува "Се на се може да се предвиди дека поради длабоки економски и социјални промени во западните земји, туристичната побарувачка се помалку е врзана за некогашните мотиви, како што се опуштањето и одморот и фамилијарниот мир по утабанетите рамки на "редот и поредокот" а се повеќе се гледа активниот одмор, барање на нов организам и автономија".

\* Дури еден од првите теоретичари на туризмот. Мариотти, ја наоѓа во овој период оваа појава "антитурizam".  
 \* Гласно Енциклопедер "Избор" бр. 1 - страна литература из области на туризмот, Белград, 1970 година, стр. 43.

Во амбицијата на научни основи да се организира општествениот живот, туризмот станува интегрално подрачје. Се работи за феномен што бара интердисциплинарна анализа и студија за да се преовлада досегашната практика што се ослонувала на впечатоци и парцијални искуства, на еднострани и често изразити прагматични мотиви. Мислата е дека "практичар" веќе неможе суверено да зборува како досега за туризмот, а уште помалку со своите искуства да го насочува. Меѓутоа туризмот неможе да го програмира и насочува само класичен стручњак врз знаењата и прогнозите само од одредена струка. Туризмот веќе бара искуствата да се претпостават систематизирано и продлабочат детерминантите што се битни за неговиот развој и остварување.

Вообичаено постојат два приода во композирањето на туристичките процеси што можат да бидат поставени во корелација и дури да се дополнуваат. Станува најнапред збор за таков приод што ја претпоставува како по обем така и по содржина одредената туристичка средина. Овде науките хомогено ја изразуваат регијата и продлабочено ги претпоставуваат сите битни елементи на простор план. Така композирањето добива задача туристичката околина да ги нагласи условите за содржан одмор, рекреација итн.

Во работните хипотези на овој приод регијата се дефинира како нешто објективно дадено со свои потенцијали, како нешто што реално функционира со систем и се насочува во својствена интеграција, како визија за развиена средина со свои карактеристики.

и слично. Во методолошка смисла на самиот почеток од овој приод се прави инвентар од белезите на конкретната средина од кои дури подоцна теоретски се компонираат премиси, алтернативи и хипотези за можниот развoток. Битно е да се соберат белезите но не е помалку значајно како тие ќе се видат во соодноси и какви хипотези и алтернативи ќе се изведат.

Квалитетно собраните белези сепак се гаранција за креација во конципирањето и обратно. Непотполните информации, непроверените белези водат во грешки низ неговите алтернативи и хипотези и воопшто во компонирање на туристичкиот модел. Има многу индикации дека современиот туризам се афирмира како своевидна утопија, како жеднувана средина и животен стил што бил потиснат од работната средина, од социјалните услови во семејството, општествените институции и воопшто во животот. Впрочем и јазикот на пропагандната порака за туризмот поетично мотивира и уверува во постоењето на она "острво на утопијата" што ќе ги засити сите наши потреби, желби и мотиви.

Регионалното туристичко планирање се инспирира и на самата непосредна содржина од туризмот. Во тој случај мотивацијата поаѓа веќе од појавените и изразени потреби и од карактеристичната ориентација на туристите во определени спонтани насоки и туристички текнови. Имено, во овој втор приод во конципирањето, луѓето стануваат основа за програмирањето, а во тој контекст и за поблиско определување на регијата, на нејзините институции и функции. Практично се има за цел да се изучат конкретните потреби на луѓето, односно на одделни категории посебно и за нив бара адекватен начин за квалитетно задоволување. Мислата е дека према мерата на човекот што се

предодредил за туризам се компонираат туристичките текови, соодветни институции и целиот оној низ од услуги што треба да се остваруваат во текот на одморот.

Овие основни приоди очигледно се противположно поставени и поради тоа можат меѓусебно да се негираат, да се верифицираат и надополнуваат. Така во првиот- монографската студија на регијата - и можностите што таа ги има преставуваат основа за поврзување со пошироката околина и со современите светски туристички движења. И обратно. Она што е сознание за туризмот, она што е емпириски податок за туристичките насоки низ кои туристите се групираат, преставува квалитетна основа со која се осмислува и определената туристична регија. Проблемот е како да се открие потенцијалниот турист, како да се разоткријат неговите потреби, а релативно нешто сосема друго, како ќе бидат тие задоволени. Впрочем, овие две нешта секогаш се само две страни на иста појава што ја дефинираме како туризам.

Теоретски и практично не е во тоа проблемот кој приод е адекватен, туку во можноста тие страни да се постават во взаемно дејство и влијание, максимално да се усогласат со оглед на дадената цел. Впрочем, регијата неможе врз основа на своите внатрешни туристички потенцијали да се компонира и програмира независно од пошироката средина. Проката со пошироката околина секако креативно ја осмислува. Инаку, може да се претпостави дека некои хотели и мотели, ресторани, плажи и излетнички места, да неможат квалитетно да се

осмислат ако не се вклопат во регијата и во едно широко општествено и стопанско, во едно комплетно туристичко движење. Туристичкиот простор мора да ги претпостави детерминантите на пошироката околина за да не остане острово на утопија и само во надежите дека евентуални околности можат да го земат во вителот на општествените и стопански текови.

Во туристичкото планирање останува битно и прашањето за кого, за каков човек се програмира и припрема пророчот. Затоа изучувањето мора да почне пред се од човекот како потенцијален турист, бидејќи само тој може да ги оправда големите инвестиции, интелектуалните напори и оние практични зафати за остварување на туризмот. Во оваа смисла не е исклучива можноста туристичката околина да ја направиме дури "идеална" а сепак да ја мимоидуваат гостите од проста причина што таа не е сообразена со дадената категорија луѓе.

Регионалната основа во конципирањето на туризмот дава можности да се изучува мештанинот со неговите традиционални вредности и атрибути, односно со неговите современи и модерни содржини и тенденции. Во оваа смисла битно е какви луѓе традиционално и со векови живеат и се остваруваат на дадениот простор и колку тие рационално ги користат неговите рекреативни можности. Оттука, демографската слика станува некоја основа за регионалното планирање, односно образованието и културата на месното население стануваат премиса за туристичкото остварување. Во суштина треба вгзактно да се претпостави човекот на одделната туристичка регија, поблиску да се согледа неговата социо-психолошка карактеристика и нагласат неговите



интереси за развото на туризмот. Ова е услов туристичниот модел да поаѓа и да се сообразува со потенцијалите на мештаните, со конкретните услови на дадената средина. И не само тоа, туку туристите доаѓајќи во новата средина се инспирираат на мештаните, на нивните навики и култура, се со цел што побрзо да се прилагодат на новите услови за живот во туристичната средина. Најголемите „ментори“ за туристичниот стил се самите мештани со своите обичаи и обноси, со својата историја и култура. Во оваа смисла туристите дури ги имитираат мештаните во односите со природата и во она трагање во природното низ секојдневниот живот.

Дали населението од одделна регија ќе го прифати како свој туристичниот модел или пак ќе се однесува на некој друг начин е многу значајно за развото на туризмот. Не се исклучува можноста одделна реална состојба да се идеализира само од одделни категории или општествени групи. Структурата на населбата што сега станува туристичка се создавала со векови и согласно на граѓаните од тоа подрачје. Проблемот е дали регијата ќе можб, дали ќе сака да ги приими и новите луѓе, односно својот живот да го сообрази со придонесите, така што во односите со нив ќе пронаоѓа и гледа свои интереси. Проблемот е дали и институциите од регијата ќе бидат спремни и способни да се сообразат со/големите и новите функции што ги диктираат гостите. Туризмот како систем на односи во квалитетна смисла ја менува традиционалната структура на животот во дадената населба.

Искуството покажува дека отвореноста према другите луѓе еволуира од романтично, па се до нивото на чиста корист. Впечатокот од боравокот во некое место сигурно го кумулираат сознанието за карактеристичните односи што се воспоставиле, а повторните доаѓања, разновидните трајни комуникации во текот на годината, секако се информации за тоа дека во време на боравокот се развиле односи што зафатиле длабоки корени низ многу взаемни интереси на мештаните и гостите.

Во нашето искуство создадени се некои стереотипи за спремноста да се дочекаат гости. Туристичката порака во најчест случај бара да ги апострофира тие елементи како особеност. Меѓутоа, човекот природно е менлив заедно со мените што стапуваат во регијата и воопшто со животот на луѓето. Тие осцилации се значајни и затоа треба вниманателно да се изучуваат за да се прогнозира степенот на реална, а не само формална гостољубивост, што ја има регијата или некоја категорија од тоа население. Кога би се направило емпириско испитување на мештаните во една туристичка регија со оглед на спремноста за дочек сигурно би се открила цела скала на односи која би почнувала од една безрезервност и широкоградост, од една голема симпатија па се до реакција спрам туѓи и непознати луѓе. Испитувачката мисла тогаш би морала да ги бара и причините, корените за таквите односи, како и можностите тие предчувства, предубедувања или уверувања на мештаните во случај ако се неповолни, уверливо да се надминуват во интерес на развитокот на туризмот. Впрочем, гостољубието како психолошка и морална особеност, и како општествен однос, е многу променливо.

Искуството уверува дека луѓето не се еднакво спремни да стапат во допир со непознати и странци; дека мештаните повеќе се отвараат пред една, отколку пред некоја друга категорија; дека постапно се кумулира некое приватно искуство во односите со странци, дека луѓето имаат некои свои критериуми за отвореност и на тоа слично. Психолошките искуства сигурно покажуваат дека гостољубието е менливо и обично после еден период и искуство, доаѓа до некое заситеност. Веројатно најдобар пример за ова се келнерите кои алегуваат сè за мизантроп, а подоцна како да папсуваат понасувајќи доста горчини што ги покажуваат низ флегматичниот израз како своја карактеристична патина во односите со непознати луѓе. Контактот со непознат човек, па манар и краткотраен во основа е афективен однос и тој мора да се следи и изучува, ако сакаме допирот да ја стимулира туристичката појава и зголемува взаемната доверба.

Веројатно кон допир и комуникации со туристите почесто се наклонети категории на мештани што се наоѓаат некаде во средината на општествената структура. Токму тие луѓе имаат мотиви да ги осмислат своите материјални можности и да обезбедат зголемен или дополнителен доход, а во таа смисла и зголемен углед во населбата. Граѓаните што обезбедиле услови, тие што се "доволни на себе" во туризмот и во туристите не гледаат некоја шанса што го збогатува нивниот живот. Категоријата со побогат стандард е доста затворена за другите структури во градот, а аналогно на тоа би се претпоставило и за туристите.

Ако тие луѓе живеат со некое свое самозадоволство на останатите општествени групи гледаат како на странци, зашто сакаат да остават впечаток дека се дојстојни за урнек на останатите сограѓани. Оваа категорија на луѓе се претвара и самата брзо во туристи и тоа во текот на целата година. Токму поради тоа најмасовните туристи се повеќе се регрутираат од редот на мештаните што можат интензивно да ги користат туристичките услови преку целата година.

Категориите граѓани со низок стандард и ниски примања и кога би сакале неможат да воспостават некоја значајна комуникација, некој содржаен допир и влијание со туристите. Нивниот статус ги насочува само во посредна или сосема случајна улога во туризмот. Веројатно таквото учество нема некое значајно дејство врз туристичките текови. Статусот на овие граѓани укажува дека тие исто така не гледаат некоја изразита своја перспектива во туризмот. Има доста случаи кога го сфаќаат како израз на безделништво, како склоност кон помодност, негуваат некоја свест што идеолошки се судрува со модерната туристичка појава.

Земено во целина една категорија од населението не сакаат или немаат потреба да стапуваат во односи со туристите, зошто и самите брзо се претвараат во туристи. Додена, другата категорија од мештаните со ниски примања неможат и поради материјални и други општествени и културни услови да стапуваат во односи и да влегуваат поамбициозно во туристичките процеси, освен само во посредни или случајни односи.

Треба да се има предвид дека оваа категорија доста го идеализира оној туризам што се разви после ослободувањето и изрази низ синдикалните одмаралишта. Тој период всади надежи за неков и народносно поимање на туристичките текови.

Категоријата граѓани која масовно стапува во непосредни контакти со туристите, сигурно треба поисцрпно да се изучува со оглед на материјалните претпоставки со кои влегува во комуникацијата и со оглед на нејзината специфична култура и менталитет. Оваа општествена категорија ја пренесува и гради сликата за регијата, ги оформува апечатоците што ги понесува гостинот од својот боравок и туристичко пропатување. Во тој контекст да се изучува судбата на мештаните во туристичката појава, особено ако се имаат предвид било романтичните или прагматични негови мотиви. Имено, има случаи кога во туризмот се влегува дури со ниски страсти што во институционална опаковка се впрегнуваат и притоа небирајќи средства и начини. Во вакви случаи туризмот ја разорува моралната подлога на населбата, на персоналот и непосредно или посредно на луѓето што станале објект што програмираат се вклопува во туристичките појави.

Рајт Милс во делото "Елита на власта" ги анализира во корелација со оние 400 највлијателни фамилии и личности од градските метрополи. По негово мислење "модерното нафиско друштво пред се живее од публицитет и реклама. Често се стекнува впечаток дека неговите припадници живеат раководени од некоја болна екзистенцијална желба, нивните постапки и односи општествените хроничари и уредниците на општествените рубрики исцрпно да ги забележат." \*

Наместо некогашните слуги, се наоѓа цела низа на секретари и секретарки, импозантните стари домови сега вене не преставуваат центар на активностите, туку тие се преселиле во канцеларии, наместо приватни коли сега се располага со лимузина од стопанската корпорација, ве служи шефер на агенцијата а кога се покаже потреба се најмува и посебен авион... Жените за кои се заинтересирани всушност се девојки. Тие можеби доаѓаат од мали градови, но тие сега се оличење на она што значи голем град; не се невини а не би можело да се рече дека се подполно сиромашни. Човек е склон да заборава дека наличјето на модерното кафанско друштво во суштина се сведува на трговија со порокот. Антерите во сето тоа се - продавачи, проститутки, муштерии што продаваат и купуваат разни видови на еротски услуги - често се личности кои се инаку познати во секој поглед, како почитувани особи, а девојката, симболот на американската женска убавина, како фотографија и како личност, често преставува ценет и неопходен помошник на големиот американски трговски систем, систем на почитуваната мрежа за купување и продавање.

Каков гостин доаѓа на одмор, каков барања поставува пред институциите на туризмот, и воопшто, што мотиви ги водат да патуваат и борават во одделно туристичко место. Овие и слични грашана добиваат примарно значење ако сакаме да градиме современ концепт за туризам и туристичка регија, ако се носиме со уверувањето дека зголемените инвестиции во туризмот треба максимално да ги претпостават луѓето за кои се градат мотели, хотели, ресторани и цел систем на услужни дејности што треба да ги задоволат потребите на туристите.

Туристичката комуникација во современа смисла сепак е нешто подлабоко, така што јазинот останува само негов технички израз. Потребна е сигурно развиена култура како основа за комуникација меѓу луѓето. Впрочем, луѓето некогаш зборуваат на еден исти јазик, а сепак комуникации не се воспоставени и дури немаат допир и влијание, дијалог и спогодба меѓу категории од исто јазично подрачје. Во комуникацијата затоа мора да се претпостави претходно знаење, ако не за суптилностите на луѓето, тоа бар за глобалот на категоријата во која туристот припаѓа или нешто основно за средината од која доаѓаат гостите. Допирот и влијанието е побогат и траен ако односите се продлабочуваат взаемно стимулираат во времето на туристичниот боравак.

Како да се препознаат или продлабочено разберат потенцијалните гости со своите потреби, интереси и мотиви. Основите за разбирање сигурно треба да се инспирираат на специфичностите од туризмот со цел туристот да биде разбран како човек што учествува и се дефинира со оглед на тековите во кои влегува. Некои почетни премиси за разбирање сигурно треба да произлегуваат зависно од регионот од која доаѓаат, а во тој контекст и со оглед на социјалната, професионалната и работната ангажираност на тие луѓе. Спецификата што ја има човекот, а особено туристот, треба да се изучува за да можат навремено да ги наслутиме и задоволиме одредени потреби.

Туристите кои доаѓаат мора брзо да бидат разбрани во своите потреби. Кога на прагот на хотелот и ресторанот наидој

гости веќе се прогнозираат нивните желби и мотиви. Туристичките работници со својата/имагинација треба да ги претпостават и предухитрат нивните желби, намери интереси и мотиви. Инаку, тие со своите потреби не притискаат во институциите, во пазарните односи и впрочем во секојдневието на дадената туристичка населба.

Потетниот ентузијазам во туризмот и покрај големиот жар и самопрегор се покажува подоцна и како полн со импровизации. Недостигот на искуства, научен и стручен приод и подготовка, недостигот на разработен концепт и соодветна внатрешна организација во оваа област, изобилно починува да се надоместува со иницијатива која извира од сите пори. Таквата атмосфера, туристичките текови ги претвора во прошетни низ просторот, нешто како викенд или излет во природата. Во овој случај се е толку импровизирано што секој нешто сугерира, доградува, влегува активно за да се оформи некоја можна содржина и туристичко доживување.

Спонтаните процеси во кои влегуваат туристите имаат секако и свои специфични задоволства и придонесуваат да се изрази една карактеристична атмосфера што брзо и насно, психолошки го врзува гостинот за тоа поднебје. Токму поради тоа овој елемент на спонтанитет треба да се негува и развива како битна компонента за квалитетен одмор. Барањата на животот, а и на одморот во секојдневието, го стимулираат човекот во активност и не го оставаат да тоне во осаменост, претварајќи го во обичен набљудувач, случаен сведок и спореден учесник. Одморот за здравата личност не смее да се претвори



во стоична стрпливост и во пасивно чекање да бидеме почесвани.

Импровизациите меѓутоа, се особено штетни ако се изведуваат на туѓа сметка и спрам гости кои очекуваат комплетно внимание и институционално организирани односи. Но, ентузијазмот ги опфаќа некогаш само туристичките работници особено раководителите на институцијата или туристичката регија и токму тие ги користат како своја шанса. Во оваа смисла лични менаџери почнуваат да никнат на сите туристички јазли и притоа механички пренесувајќи искуство од она што го чуле и виделе како атракција. Останува доста простор и за едно друго искуство кое се пренесува од другите области на трудот и општественото живеење во тековите на туризмот. Се работи за она еснафско и породично, интернатско или војничко, панаѓурско или мангупско искуство. Таквиот коктейл од импровизации претставува еклектична слика и неможе да надомести стручен концепт со соодветна научна организација, со прецизни институционални улоги и функции.

Во почетната етапа од развитокот на туризмот, особено кога тој се јавува во неразвиени услови, во организациона смисла често му недостига некој од битните услови за развиток и остварување. Ако објектот стои на рбава туристичка панорама сепак нешто недостига во внатрешната архитектура, ако има квалитетна опрема и на високо ниво, можда туристичките работници или услугата што ја нудат често е под тоа ниво, и сл. Зборот е денес/просторот и фантастичните проекти во а; ната нерационално се користат ако човечниот фактор не е на нивото на тие вложувања во угостителството и туризмот.

Веројатно една од основните карактеристики и дури изразита особеност на туризмот за разлика од другите дејности е во тоа што тој неможе да се смисли без непосредното учество на човекот во туристичкиот боравок или пропатување. Човекот е оној чинител што со своето присуство, со својот дух и развиена потреба, со својата ангажираност го остварува како свое дело туристичкиот настан или тек. Во другите области е ввекe подруго бидејќи работникот се потиснува постапно или забрзано од работното место или помалку или повеќе фабриците почнуваат да работат без луѓе. Со примена на техничките пронајдоци, технолошките откритија, со автоматизацијата и воопшто со модерната организација на стопанисувањето, процесите се одвиваат без посредништво. Меѓутоа, во туризмот трајно останува човекот како чинител, изразен како туристички работник што го осмислува туристичкиот боравок или пропатување. Впрочем, човекот доаѓа заситен од посредништво, од технологии и машини, а одморот има смисла и значење само како враќање на живи, непосредни допири и влијанија, како изложеност врз дејството на природата и со топли меѓучовечки односи. "...купецот на индустриската роба или земјоделски производи, обично нема непосреден контакт со производитите на таа роба. Голем дел од туристички услуги се одвиваат така да се среќаваат лице со лице туристичкиот потрошувач и производител. Таквиот однос произлегува од услужниот карактер на туристичката дејност, во која вонредно многу е ограничена примената на механизација и можноста да се замени човечкиот труд со работата на машини".

\* Д-р Слободан Ункович, "Економика туризма", Рад Белград, стр. 42-

Поаѓајќи од таквата потреба за непосреден допир и живи односи за време на одморот, се иницира и онаа основна движечка сила во лицето на туристичките работници кои го организираат самото задоволување на туристичките потреби. Оттука, со право се бара развиена култура на персоналот, развиени способности со оглед на изгледот на туристичкиот тек и големо чувство за обноска и префинатост во поведението, за да тоа може да стимулира потрошувачка. Станува значајно во туристичките односи не само надворешното поведение и општиот изглед на туристичкиот работник, туку и многу суптилности што бараат квалитетна обноска со гостите која ќе сугерира угостителска присност и сигурност. Улогата на туристичкиот работник во развитокот на туризмот станува се поголема. Меѓутоа, ова останува апстрактно ако не се претпостави тимска работа во туризмот и целосна соработка со сите институции. Оттука и потребата од туристичка култура на сите граѓани во регијата наредно примарна дејност станал туризмот.

Туристичката разгледница обично побудува асоцијации на слични нешта што порано или на друго место сме ги виделе или доживевеле. Понесени со тоа чувство склони сме да наслуѓуваме дека со туризмот можеби влегваме во многу сличности. Ако местата за одмарање стануваат слични и дури идентични, веќе станува споредно наредно човекот се одмара, бидејќи туристичките панорами се исти, чека иста трпеза, комфор и друго вообичаено што го опкружува туристот.

Продлабоченото набљудување на туристичката панорама сепак насочува во некои извори што биле основа за таквата ориентација. Еднаш основната идеја за туристичкиот амбиент, како да ја носи арматурата на градските и дури велеградските населби. Идејата што во ова се сугерира, уверува дека токму градските асоцијации, куќата, односно домот, кога би бил кроен по човековата мера, тој би можел да биде и натаму идеален за одмор и одмарање. Со ваквата ориентација веројатно се идеализира населбата, односно куќата, но сега ослободена од елементите што некогаш ја демодирале. Како да се бара ренесанса за животот во населбата и сугерираат претпоставки што повторно ќе го стоплат она познато и проверено домашно огниште.

Ваквата староградска инспирација за населбата и куќата се јавува во различни варијанти и низ мноштво елементи. Во таа смисла сè/и тенденциите што водат населбата да се изрази како амбиент што ја задржува карактеристичната отвореност према соседите, со нагласено чувство што стимулира присност и блискост. Освен тоа овој модел често поприма елементи од селските мотиви што ја компонираат населбата во изобилство на зеленило и цвеќе, со богатство на шуми, води и племенит камен. Овие инспирации добиваат смисла и значење со модерниот урбанизам и архитектонско обликување, така да делуваат како трајни вредности што ги има некоја туристичка населба или објект со својата карактеристична ретност.

Населбата останата од старите "добри времиња" станува често инспирација при градбата во туристичкото место.

Инвентарот и другите придружни функционални и естетски елементи дури атмосферата, вклучувајќи го декорот, музиката и слично, добиваат за задача да го приближат туристот во времето што изминало или услови што сега се сообразени со современиот и со неговото љубопитство за минатото. Времето што минало и животниот стил што тогаш се афирмирал, бар снаков каквс го знаеме станува средина во која карактеристично се доживува и чувствува. Оттука, и/становиште дека бога старината станува/инспирација за развојот на туризмот. Впрочем, туристите со задоволство обично се препуштаат на/животен стил што изминал и љубопитно прифаќаат ритам и дури ритуали што ги оставила историската култура.

Една друга инспирација за развојот на туризмот има свој врток во искуството што го имаме од типичните институционални односи и воопшто од времињата на класично водење со луѓето. Имено, овде се претпоставени опасностите по човекот, било од природната стихија или од другите луѓе за време на туристичкото патување или боравок во некое место. Институцијата што на оваа платформа израснува има за задача на луѓето да им обезбеди сигурност и непречен одмор. Така веќе некои туристички населби почнуваат да прилегаат на школи и интернати, на логори и масарни, на фабрики или болници. Се разбира, ваквиот туризам ја претпоставил идејата за ред во текот на одморот и согласно на системот што го избрал проналазачот и адекватно архитектонско обликување. Старите синдикални одмаралишта во голема мера се оној стереотип за вакво одмаралиште што локацијата и по редот на внатрешните односи што дава идеја за аналогии со класичните институции од организацијата на општеството.

Одмарањето може да биде komponирано и врз принципот на анонимност. Така индивидуата спонтано и дури неконтролирано може да се изразува и туристички остварува. При ова во туристичното патување и доживување обично се исклучуваат познати и пријатели било од работната средина или сограѓани. Како sameц или како формална или неформална двојка или група, туристите бираат оригинална ориентација или место за боравок. Во таа смисла би се рекло дека одморот по правило почнува и се остварува само во сосема нова социјална средина во која и самите луѓе како туристи стануваат, односно тираат да бидат она што мислат дека можат, да бидат она што сакаат, тоа што од нив би требало да се очекува во одморот, ако не секогаш и во животот.

Авантуристичките патувања или гостувања, често се инспирирани на анонимен концепт од кого се очекува обилно ослободување, психолошко празнење и мноштво неизвесности, возбудувања и изненадувања. Вообичаено се живее со уверување дека најсуптилната содржина се остварува во анонимни доживувања и средби. Во сеќавање остануваат средбите во воз, станици, хотели и ресторани, токму со непознати и сосема случајни луѓе. Впечатоките навираат брзо, зашто средбата се претвара во разделба, а спонтанитетот доведува до интензивен допир и комуникација што останува како топло спомен. Веројатно во ова уверување на луѓето има доста произволност, бидејќи човекот анонимноста ја користи да се види подруг, односно да се прикаже како друг човек. Во секој случај ова доживување иницира обра-

ботка и доработка на впечатоците и ја стимулира имагинацијата после краткотрајниот допир и взаемно влијание.

Ваквите анонимни излети на луѓето во одморот се мисли дека се вонредно корисни и здрави и дури се препорачливи за одморот и одмарањето, за туристичкото патување. Тенденцијата е да се обезбеди патување или боравок сосема ама баш со подруги луѓе што нема со ништо да потсетуваат на рутинизираното секојдневие што се имало во текот на годината. Она што побудува асоцијации за работното место, за социјалната, односно потесна средина, се мисли дека делува заморно, односно дека го сопира процесот на рекреирањето. Ако човекот се одмара, треба тоа да биде така да се одмара од се и од работата и од луѓето што катадневно навикнале на комуникација со него. Во одморот човекот се одмара дури и од својата руба.

Во оваа смисла на одмарањето денес се развила една помодност што ја викаме "автостопери" кои минуваат земји и континенти сами или само во средби со сосема нови и непознати луѓе. Филозофската подлога на движењето "хипи" која така масовно ги покесе младите во некои земји, своето поведение го изведе од бојкотот на угледната слобода во општествените клетки какви што се: семејството, бракот, домот, училиштето, работната организација и слично. Од овие позиции туризмот и како стотици и илјади по автостради, плажи и паркови, како да е парадоксален со тоа што туристите во буицата

... отугениот човек преставува антитеза на западната престава за слободниот човек. Општеството во кое тој ведро расположен работи просперира, престазува антитеза на слободното општество или во буквална смисла - демократско општество.  
Р. Милс "Социолошка имагинација" стр. 197.

на илјади и милиони немаат свои постари познати и пријатели. Можда затоа туризмот се изразува како "масовно чудо".

Нарактеристично е меѓутоа дека туризмот се јавува и како феномен што најмногу овозможува излегување од анонимност и тоа со таков силовит излез и афирмација со кого тешко можат да се мерат другите можности од секојдневието. Пропагандата води сметка во времето на сезоната за "свездите" од општествениот, културниот и политичниот живот. Со ова, нивните обожаватели, последователи или имитатори во јата надоаѓаат и го дефинираат туристичкото место.

Понесени од тие можности, туристичките објекти се поставуваат како екран за во општото внимание и публицитет да предочуваат нешта што се урнек за другите. Не само туристичката реклама туку и посебни емисии <sup>на</sup> радиото, телевизијата, серија на филмови со туристичка содржина, романи со туристичка проблематика, големи спектакли од научен, културен и спортски карактер, па дури и национални прослави се покреваат сè со цел да се излезе од анонимност. Туристичкиот локалитет ако сака да излезе од анонимноста, обично симболично или реално се вртнува за "свезди" што треба да гарантираат масовна посета и деловен успех. Модерниот туризам се претвора во некое телевизиско или филмско платно во кого може да се види она што е "крем", особени персони и преку нив многу идеи од модерните ритми на времето и доживувањето. Модата и вкусот, по се директно се диригува токму од позициите на туристичките места.



## II ГЛАВА

ВРЕМЕТО, ПРОСТОРОТ И ЛУКЕТО ВО ТУРИЗМОТ  
(резултати од емпириски истражувања)

## 1. ОСНОВНИ СТАНОВИШТА

Секој човек има некакви искуства од одморот и затоа е тешко тоа богатство од размисли, од впечатоци и лични доживувања да се систематизира и презентира. Има исто така и многу пишана литература како што се написи по весници, репортажи, слики и разгледници, туристички водичи, реклами и дури романи и филмови што сугерираат во кои насоки треба да појдеме и што се таму можеме да видиме и доживееме. Ако пак се претпостави и конкуренцијата меѓу туристичките земји, регии и институции, тогаш може да се предочи онаа пропагандна трка и дури некогаш збрка која ја ослужува одлуката за избор, која го ошематува човекот што наумил за одмор. На крајот откога ќе се вратиме не сме смирени зашто пак остануваме збунети. Тогаш се прашуваме дали го минаваме најдобро одморот и стануваме свесни за нештата што во нашиот одмор недостигале.

Очигледно одморот и особено туристичкиот е многу разноврстен. Но, две нешта се секогаш основни: дали се има слободно време и дали се има средства. Само со доволно слободно време и со доволни материјални средства може да се посана патувањето и видот на туристичкото одмарање. Има проблеми додена се избере насоката на патувањето и местото за туристички боравок, но големите грижи сепак се вртат: да се обезбеди време и доволно материјални средства. Тие што неможат овие нешта да

ги обезбедат, бар во доволна мера неодат или пак свиннуваат на одмор со помалку пари или со пократко време.

Големото осипување настанува токму на пречките со врмето и особено со финансиските средства. Цела една масовна категорија од луѓето во најчест случај нема материјални средства за одмор, а особено ако тој треба да се изведе некаде подалеку и во мотели, хотели, односно со повеќе членови од семејството. Категоријата луѓе која има средства обично се жали дека е презафатена и дека нема време иако има можности за добри резервации во познати туристички центри, можности да отседнат во свои вили и викендици, да појдат со своја кола, на своја јахта и сл. Аналитичарот просто останува ошематен да ја изучува категоријата која неможела да појде на одмор и на туристично патување или пак онаа која веќе традиционално оди и почувствува благодет од одморот и од туристичкото патување.

Главното внимание туристичките институции го посветиле на луѓето што имаат средства и особено на тие што имаат изобилно. За нив пронашле дури "врвен" туризам што е пресметан на нивните потреби и можности, на нивните материјални средства и вкус. Културните институции исто така својот репертоар го соопразиле сосема разбирливо со ваквите луѓе, потоа сообраќајот со брзината и комфорот водел сметка за тие што располагаат

со доволно средства и особено во валута. Тоа е она што во стручната терминологија се дефинира како "квалитетен туризам".

Во првиот том на "Напитал" Маркс исцрпно го анализира поимот работен ден и покажува колку тој се разликувал низ историјата и зависел од општествените услови. "Напиталистот го брани своето право како купец кога се обидува работниот ден да го направи колку може подолг и од еден работен ден, ако само може да направи два. Од друга страна... работниот бора да го ограничи на одделна нормална мера. Овде пишува Маркс според тоа имаме антиномија, право против право, двете во иста мера потврдени со законот на робната размена. Меѓу еднаквите права одлучува силата. И така, во историјата на капиталистичкото производство нормирањето на работниот ден претставува како борба за границите на работниот ден." \*

Анализирајќи ја работничката класа како најмасовна категорија на трудот, Маркс укажува дека во капитализмот, "работникот во целиот свој живот не е ништо друго, туку работна снага... и дека целото негово расположиво време по природа и по правото е работно време и според тоа припаѓа за самооплодување на капиталот". Така животот се сведува на труд, а тоа ја скратува можноста за "репродукција на работникот", да го продолжи работниот век и перманентно да ги враќа силите и способностите, да го проширува својот живот. Тоа е "потребно човекот да се изгради, духовно да се развие, да врши општествени функции и да живее општествен живот, време

\* Карл Маркс - "Напитал" - Култура, Белград, 1958, стр. 15

\* Исто страна 198

за слободна игра на физичните и духовните сили... Али, во својот безмерен и слеп нагон, во својата вампирска глад за вишок, капиталот ги руши не само моралните, туку и физичните, максимални граници на работниот ден. Тој го узурпира времето за растење, за развивање на телото и неговото здравствено одржување, тој го одзема времето за свеж воздух и сончева светлина. Тој закинува од времето за јадење и наде што е можно настојува да го припои кон процесот на производството, така што на работникот му се додава храна како да е некое средство за работа, како што на пармиот хотел се додава јаглен, а на машината <sup>\*</sup>масло".

Масовната категорија од луѓето во туризмот се уште нв е толку застапена и од простата причина што таа нема доволно средства. Она што е за неа повеќе личи на некоја сентиментална или <sup>1</sup>вонајдобар случај социјална грижа за да и таа почувствува бар малку од благодетите на одмарањето. Оваа категорија со мали примања неделниот, годишниот одмор го резервира за некоја "дополнителна работа" или пак ако веќе оди на одмор нивниот трае релативно кратко и е насочен во места во кои може евтино да се мине. Имено, луѓето со помалку средства одат кај роднини и пријатели, во село или во некои мали градчиња, смислуваат модуси за евтин одмор и во најдобар случај само пропатуваат низ неков туристичко место. <sup>\*\*</sup>

\* Исто страна 199

- Види "Гримазии и студии бр. 38 од 1973 година на Републичниот завод за статистика, Скопје.

Нарактеристично е сепак дека масовната категорија од луѓето на еден или друг начин се позначајно учествува во туризмот. Во нејзин прилог дошле зголемените социјални слободи и поголеми приходи, односно правото за платено неделно и годишно отсуство. Самите работни организации свесни за улогата на одморот веќе отвараат летовалишта, одмаралишта за своите работници. Учеството на работниците во туристичните тегови станува позначајно и благодарение на можностите да си оди на одмор со кредити. Впрочем, и туристичките институции пронајдоа такви масовни патувачи<sup>е</sup> што се многу примамливи како со она што може да се види, така и со цената. Нога на ова се додаде и некоја склоност кон трговија, тогаш веројатно може да се заслуди одморот, па некои велат дури да се заработи во некоја соседна или подалечна земја.

Луѓето прават семожни стратегии и тактики, спонсоруваат цела идеологија се со цел да ја здоборат по речато на одмор. Тие со помали примања остануваат обично дома или ги надгледуваат и келнерите и хотелите, па дури и државите, или барем комшииите и соседниот за итроста што ја покажале на одморот. Во потврда на оваа констатација поисторично ќе ги презентираме искустава од едно емпириско испитување на слободното време на граѓаните на Југославија.<sup>21</sup>

Д-р Биро Миховиловски - Извештај и студија - "Слободно време на граѓаните Југославија" - Институт за друштвена истражувања Свеучилишта у Загребу, 1972 год.

Многу очигледна е противречноста меѓу тие што пошле на одмор и тие што останале дома, па дури и внатре во категоријата која веќе оди на одмор за да се покаже и во крајна консеквенца изрази како различна од другите. Ова е причината зошто се одбира времето, местото или насоката на одморот, се одбира со кого ќе се појде, што ќе се понесе, што треба да се види итн. На оваа основа големите "звезди" а особено нивните обожаватели, последователи, имитатори и снобови, пронаоѓаат основи за да го збогатат својот углед со тоа што одат почесто на одредено место, односно што во одредено туристичко место имаат своја вила, викендица и слично. Поентата е во тоа што тие избрале да се одмараат на високо рамниште и онака како што тоа го чинат големите познати и прифатени урнеци и авторитети на времето.

"Многу Американци што подолго време боравеле во Франција или Англија - пишува <sup>2</sup>францускиот социолог Жорж Фридман - отворено зборуваат дека нивните сограѓани незнаат за "уметноста на животот" и забавувањето." Има во тоа вистина, макар што е вистина дека оваа примедба неможе да ја користи европвецот, како повод за суета, "тој самиот се соочува со слични проблеми и не успеал да им најде решение. Американците се млад народ, немаат традиции. Но, "уметноста на животот" во новата <sup>3</sup>техничка средина не ни достига и на нас

нако и нив; ако ние во тоа поле подобро се снаоѓаме, треба да благодариме, вели тој, на старите традиции на нашите западни предмашински општества".

Еден англиски лекар што го изучувал одмарањето и како што се вели го барал "клучот за среќен живот" во делото "Како треба да се одмараме" пишува: "Како по некое правило тој (станува збор за ангажираниот човек) преку цел ден е зафатен со цела низа од работи при што се развива значителна нервна напнатост. Во случаи на успешна работа тој добива потстрек и настојува да постигне уште поголем успех, ако пак наидува на тешкотии веројатно нема да избегнува напори за да ги преброди. Понекогаш заморот и не се чувствува сè додека не настани потполна исцрпеност. Неретко исто така, работниот човек на крајот од денот ја напушта работата, но обично грижите и натаму го прогонуваат. Напнатоста што доаѓала до израз за време од работните сати, веројатно ќе се задржи ненаде во потсвеста и во текот на вечерните активности. Во повеќето такви случаи одморот не донесува потребно освежување... Такавиот човек го запоставува одморот".\*\*

Ние сме туристичка земја и во нашите концепции за стопански развиток туризмот зафаќа значајно и сè позначајно место. Да поменеме само дека во текот на една година (според статистичките податоци) во Југославија влегуваат и излегуваат над 100 милиони луѓе. Девизниот прилив од туризмот

\* Жорж Фридман - "Куда иде људски рад" стр. 122,

\*\* Едмунд Џексон - "Како се треба одмарати" - Медицинска книга - Београд-Загреб, 1958. стр. 1 и 2



станува многу значаен, а за одделни регии прв судек. Има многу идеолошки предности на нашиот општествен и политички систем кога е отворен премѝа саетот и животот, односно према тив што ја посетуваат нашата земја.

Стопанството во Југославија и одделно во СР Македонија во туризмот има вложено големи инвестиции. Амбицијата е брзо и ефикасно да се остварат бидејќи од тоа зависи и натамошното вложување во оваа дејност. На таа основа некои регии и населби се повеќе се специјализират за туризам и го третираат како "стопанска гранка", па дури и како примарна дејност, а со оглед на степенот на развиеноста дури и како шанса за натамошен развиток и остварување. Впрочем, туризмот е систем во кого квалитетно се осмислува низ една сеопшта спрега сообраќаот, трговијата, угостителството и многуте други стопански, културни, уметнички и спортски дејности. Целиот живот во туристичкото место се осмислува со гостинот и со неговите се побогати и поразновидни потреби. Специфичноста на туризмот и особено на угостителството е така што упатува секогаш на човекот како посредник меѓу туристот и природните услови, односно меѓу туристите и другите негови потреби. Ова овозможува големи можности за масовно вработување. Поаѓајќи од вакви становишта интересни стануваат реалните туристички тенденции во текот на 1975 година изразени низ написите во дневните листови "Нова Македонија" и "Вечер".

На оваа содржина ќе посветиме посебно внимание за да ја видиме Републиката со разновидни туристички содржини и македонците како туристи дома и пошироко на Јадран и во светот.

Нанвн социјални промени се карактеристични за средини што се повеќе се осмислуваат и дури се носат со амбиции да се дефинираат како претежно туристички. Станува збор за регии по Јадран и кај нас, за регијата на Западна Македонија. За нив беше карактеристично екстензивното стопанисување и патријархалниот начин на живот. Меѓутоа, треба да се има предвид дека токму од овие средини се регрутирале најголем број печалбари што постојано или по време се настанувале во другите развиени центри во земјата, во соседните држави и дури појале масовно во други континенти. Кај нас во Македонија се работи за регија која изобилува со исконска планинска убавина, со природни реткости, со богатство на води, шуми и племенита дивина. Тоа е простор привлечен со својата квалитетна природа. Имено, оваа регија на Западна Македонија ја сочувала бистрината на водите и рамнотежата во природата, карактеристична, за преиндустрискиот период. Во врска со оваа констатација ќе ги презентираме искуствата на Дирекцијата за регионално и просторно планирање од Охрид која веќе неколку години го планира и програмира просторот за туристички развој и не само за Охридско-Преспанската регија со Пелистер туку и на цела Западна Македонија, како и <sup>за</sup> другите регии во Републиката. \*

\* Користени се материјалите на Дирекцијата за регионално-просторно планирање - Охрид, Регионално-просторен план на Охридско-преспанскиот регион (1970 год.), Просторниот план за општините Тетово, Гостивар и Дебар (Предлог план); Регионално просторен план (Струга, Охрид, Ресен - концепција); Просторен план за општината Крушево (Предлог план), Просторен план за општина Севгелија - (Предлог план).

Веројатно далеку би отишле во проекциите за иднината на туризмот ако само го претпоставиме материјалното изобилство, или онаа зголемена слобода за репродукција на животот. Ако при ова се претпостави и онаа верба во човекот, во неговите творечки потенцијали, да го организира животот и да се остварува низ широките асоцијации, тогаш прогнозите за иднината внесуваат во сферите на имагинацијата.

Нарактеристично е сепак дека луѓето од сите категории веќе одат на одмор. Туризмот станува масовна појава. Оттука тој се изразува како реална потреба и дури како можност на секој човек. Во прилог на ова дошло зголеменото слободно време, поголемите материјални и социјални слободи, развиената организација на трудот и слично. Една општа карактеристика на епохата и на совремието, брзо и конфорно да се совладуваат големи просторни далечини го услови туристичкото движење во Европски и меѓународни размери. Мислата е дека секој човек со оглед на такви можности станува заинтересиран за туризмот. Понесени од тие особености на животот упатени сме да го изучуваме човекот што се изразил како турист. Ова се потенцира за тие што доаѓаат од други средини и особено поразвиени, со поголеми општествени, културни и индустриски традиции за кои туризмот станал карактеристична потреба и битна особеност на човекот. Одделно ќе ги презентираме ис-

нуствата од емпириското испитување на странците што во летото 1975 година пропатувале или боравеле во Југославија, односно во СР Македонија, во нејзините туристички регии и локалитети.

## 2. СЛОБОДНОТО ВРЕМЕ НА РАБОТНИЦИТЕ И ГРАЃАНИТЕ - анкетни испитувања -

Републичкиот завод за статистика во 1970 год. спроведе анкета за "годишните одмори на вработените и на членовите на нивните домаќинства". Целта на анкетата била да се добијат информации каде, како и во која мерка вработените го користеле годишниот одмор во зависност од занимањата, местото на живеењето, големината на домаќинството и друго. Со анкетата се прибрани податоци за видот на објектите за сместување и исхрана што се користат за годишен одмор, вид на превозот, месецот на користењето на годишниот одмор, местото каде се користи годишниот одмор, големината и видот на трошоците и др.<sup>x)</sup>

Резултатите од анкетата покажуваат некои тенденции што ги потврдуваат предпоставките за зависноста на годишниот одмор од тие фактори. Од нив може да се добие една комплетна слика за работниците и за нивните домаќинства во врска со користењето на годишниот одмор, вон од местото на постојаното живеење. Ова би бил само еден одговор за тоа каде одат работниците и членовите од нивното домаќинство на годишен одмор.

- Висината на личниот доход делува на годишниот одмор. Како личниот доход расте (по член на домаќинство), така расте и бројот на тие што годишниот одмор го минуваат вон од местото на постојано живеење. Работниците што имаат доход до 1.000 динари во 18,4% користеле годишен одмор вон од местото на постојаното

x) Анкетата е спроведена врз база на урнек. Урнекот е стратификуван а стратумите се видот на дејноста. Опфатениот број на вработени овозможува, според мислење на Заводот, сигурни тврдења за СРМ.

и живеење. За разлика од нив тие со 1.500 динари застапени се со 35%, со 2.500 со 56%, а пак тие што имаат преку оваа сума повеќе се застапени со 84%. Овие тенденции за влијанието на доходот уште повпечатливи се ако се анализираат вработените заедно со членовите од домаќинството.

- Големината на домаќинството на вработените исто така делува на користењето на годишниот одмор, вон од местото на постојано живеење. Домаќинствата со помал број на членови почесто користат годишен одмор вон од местото на живеење. Ова се гледа во домаќинствата до четири члена (39,4 и 47%). Кога бројот на членовите се наголеми тогаш опаѓа процентот на користењето на годишниот одмор -- (тие со по 5 члена учествуваат со 30,6 а тие преку 5 члена со 32,8%). Слична е положбата кога се пресметува за сите членови на домаќинството.

- Големината на местото за постојано живеење има свое влијание во користењето на годишниот одмор. Битни фактори за ова се: "поголемата економска моќ на ова население, стокнат навик, поголема загаденост на воздухот, доколку овие места претставуваат индустриски центри, бучност, поради поразвиен сообраќај, недоволна изложеност на сонце, потреба за разонода и сл." Работниците што живејат во населби до 3.000 жители поредко (19,0% ил 10,8%) отишле на годишен одмор вон од местото на живеење. Меѓу тие што живеат во населби до 100 илјади и повеќе, многу почесто одат на годишен одмор вон од местото на живеење (56,4 и 47,8%).

- Анкетата покажа дека одмор користат вон од местото на живеењето претежно работниците што работат во државните <sup>и др</sup> органи и општествените служби (53,3%), потоа доаѓаат работниците од градежништвото (52%), сообраќајот и врските (51,2%), трговијата (44%), итн. Најмал процент од земјоделците (18%) користат годишен одмор вон од местото на постојано живеење.

- Степенот на наобразба има свое дејство во користењето на годишниот одмор, вон од местото на постојано живеење. Ова произлегува и од фактот што тие со поголемо образование имаат и поголеми лични доходи. Така работниците што се без школска наобразба само 22% користеле годишен одмор, вон од местото на живеење, оние со основна наобразба 34,8%, со средна школска спрема 57,6%, со виша 57,4% а со висока 67%.

- Според податоците се гледа дека стручњациите и уметниците почесто користеле годишен одмор, вон од местото на живеење (60%), по нив доаѓаат финансиските и канцелариски работници (56,6%), раководниот персонал (50%), индустриски и занаетчиски работници (28,4%), итн. Во најмал процент (3,7%) користеле годишен одмор членовите од домаќинствата на работници чие занимање е земјоделец, рибар или шумски работник.

- Годишите на возраст имаат свое влијание на годишниот одмор вон од местото на живеење. Обично на годишен одмор одат работници и членови на нивните домаќинства што се на возраст од 26 до 50 години (44%). Помладите од 26 и постарите <sup>е</sup>

од 50 поредно одат на годишен одмор, вон од местото на живеењето (27%). Ова слаба покретливост има сепак своја интерпретација.

- Од превозните средства за годишен одмор, вон од местото на постојано живеење најзастапен е автобусот (40,2%), автомобилот (39%) а поретно се користи железницата (7,2%), а уште помала е комбинацијата на автобус и железница. Авин или комбинација на железница со брод не се користи.

- Одморот се користи обично во јули и август, односно во главната туристичка сезона (30%). Другиот процент равномерно е распределен по другите месеци од годината и ако е нешто позначаен за септември (6,2%). Одморот обично се користи на езеро (42%). Мал процент (17%) оди на море, а уште помал (14,1%) во странство, додека други комбинации користат 16,9%. Базарата зафаќаат најголем процент поради релативно нисокото патување и нивните природни убавини.

- Работниците и нивните домаќинства, како туристи се сместени во приватни соби (28,6%), во кампови (21,9%), најроднини и пријатели (21,6%), а само 29,9% користеле угостителски објекти, работнички одмаралишта или други објекти за сместување. Од структурата може да се види дека преку 70% од вработените и од членовите на низните домаќинства одморот го поминуваат во објекти на еатин смештај без поголем комфор. Слична е тенденцијата и во исхраната бидејќи само 20,8% се хранат во угостителски објекти. Другиот процент сам си подготвува храна или се хранат кај роднини и пријатели.

- Работниците и членовите на нивните домаќинства обично пола месец (16,4%) од годината користат одмор, вон од местото на живеење. Највисок процент денови е постигнат на море (19,5%), потоа во странство (18%), на планина (16,8%), на бана (15,3%) и на езера (14,4%). Работниците со повеќе членови во домаќинството имале помали трошоци за годишниот одмор од тие со мал број членови. Повеќе члените домаќинства во поголем процент за годишниот одмор закупуваат приватни соби за сместување и сами си подготвуваат храна. Највисоки дневни трошоци направиле тие што пошле во странство (37,8%), потоа тие на море (34,6%), на бана (28,7%), на езеро (23,5%) итн. Најниски дневни трошоци направиле тие што пошле на годишен одмор во село. Структурата на потрошувачката покажува дека туристите (работници и членови од нивното домаќинство) најмногу трошат за исхрана (45,6%), за сместување (27,2%), за превоз (16,4%) и на крајот се другите трошоци за разонода, печат, разгледници, сувенири и др. (15,5%). Забележителна е тенденцијата на тие со поголеми лични доходи, тие повеќе трошат за сместување и исхрана, додека тие со помали примана за превоз.

- "Слободното време веќе денес не значи само оној мал дел во кого работните луѓе можеле (и морале) да се репродуцираат и рекреираат како проста работна сила, туку



напротив значи, односно треба да значи, време кое за човекот отвора нови можности за потполна и целосна хуманизација на неговиот живот". Оттука актуелни стануваат "низа прашања и дилеми" што ги дефинираат реалните потреби и можности на нашиот човек, на човекот воопшто и особено на луѓето со поголемо слободно време и материјални средства.

Проблемите на слободно време го отвораат прашањето за човекот што се отиснува од работното место и домашното огниште за да ги користи содржините во средината, низ некои туристично патување или одседнување во неков туристично место и институција. Освен тоа го апострофираат и прашањето за оној човек што останува оптеретен со грижи и чаме дома. На овие прашања од нашиот живот бара одговор студијата на д-р Миро Миховиловиќ на тема "Слободното време на граѓаните од Југославија". x)

Студијата најнапред поаѓа од промените во индустриското општество и под влијание на техниката и технологијата. "Во фабриката, во земјоделството, во науката, во трговијата, во станот, во институциите итн. машината работи за многу луѓе.

x) Во неа се презентирани резултатите од едно повеќегодишно испитување на 74 градови во Југославија. Анкетирани се 4.564 испитаници од кои СР Србија е претставена со 31 град, и со 1.942 испитаника, СР Хрватска со 18 градови и со 1.194 испитаници, СР Босна и Херцеговина со 8 градови и 460 испитаници, СР Словенија со 6 градови и со 447 испитаници, СР Македонија со 3 градови и со 465 испитаници и СР Црна Гора со 3 градови и со 96 испитаници.

Машината, модерниот технички прогрес и модерната организација на трудот во социјален поглед го зголемија слободното време давајќи му економска подлога и предизвикаа такабитни промени во начинот на неговото користење. Од тоа произлегуваат новите димензии на слободното време во социјална и економска смисла. Заклучокот е сосема логичен "што повеќе имаме машини, полесен ќе биде трудот, пократок ќе биде работниот ден, среќен и светол ќе биде животот на сите луѓе".

На оваа теза за улогата на техничкиот напредок во развитокот на општеството и човекот, Студијата наведува дека: се продолжува животниот, а се скратува работниот век на човекот, тој побрзо се повлекува од работата; се менува животот во фамилијата и општеството; се зголемуваат материјалните добра; се воведува нов стил во животот, во трудот и разонодата; настанува тенденција за хомогенизација на моделот на градското и селското однесување, се скратува работната недела, а се зголемува слободното време, се развива урбанизацијата а збогатува начинот на домување; масовното образование или масовната култура го потиснува аналфabetизмот и незнаењето нивелирајќи ја постапно културата од социјалните стратуми на модерното општество. Во прилог на таа теза се и податоците дека: преди 50 години мала била разликата помеѓу работниот и севкупниот живот на човекот. После 1950 година вработени наоѓаме луѓе и од 60 до 75 години. Во 1950 година просечниот живот на човекот во пензија двојно се зголеми во споредба со 1900 година. Од 1851 до 1921 просекот на населението во светот изнесувал 65 години и бил околу 10%, во 1951 год. бил 18%, а во 1971 достигнал 28%.

Втора премиса на испитувањето е дека "слободното време е време вон од работата, време што е вон од општествените, фамилијарните обврски и потреби, време што е на претек, време на одмор, време кога се прави се што се сака време на разновидни општествени, културни активности, време за игра итн. Основна функција на слободното време е одмор, разонода, културно усовршување и развиток на личноста". Во оваа смисла се цитира и прифатената интернационална дефиниција дека "слободното време е она време што ни стои на располагање после работните обврски, време на слобода кога можеме да ги задоволиме според нашите желби потребата за рекреација, потребата за забавување, за информирање, потребата за дружење и потребата за учество во општествениот и културниот живот. Денеска, слободното време, се наведува во Студијата незначито време со кое човекот располага само во текот на еден ден, време што е антитеза на трудот и што битно се разликува од слободниот труд, туку слободното време треба да му послужи на алиенираниот човек во трудот, тоа е така дополна на трудот, зошто во процесот на хуманизацијата работата и слободното време се надополнуваат и чинат целина". Станува збор за тоа дека слободното време од едноставно обновување на силите и само од лично задоволство оди далеку кон развиток и создавање на хармонична личност и хармонично општество.

Одделна претпоставка од која поаѓа испитувањето се темели и на социјалните права што ги имаат работниците. "Синдикатите и работничките раководства успеале во својата борба

која траела околу стотина години да го намалат работното време од 84-часовно на 42 часа неделно, а притоа не го мимоишле ни решавањето и обезбедувањето на целосна и сврсисходна употреба на слободното време. Работниците во целиот свет имаат просечен одмор од 52 недели, 52 саботи и одделен број државни и верски празници. Ако на тоа се додаде и годишниот одмор од 14 до 30 дена, вкупно неработни дни во годината се од 130 до 150". Во прилог на се поголемото зголемување на слободното време се и мислењата на специјалистите за атомски и електронски пронајдоци, согледувањата на футуролозите. Според нив работното време уште повеќе ќе се намалува, а слободното се повеќе ќе се зголемува. На таа основа се и предвидувањата дека со употребата на автоматските контролни машини веќе работното време во 1975 година ќе може да се скратува на 32 часа, што ќе овозможи продолжување на годишниот одмор, повеќе години вложени во образование и побрзо повлекување во пензија".

Поаѓајќи од овие претпоставки за новите и квалитетни промени на современото, поменатата студија емпириски тестира три битни содржини од животот на југословенскиот граѓанин. Имено, таа бара одговор на тоа како југословенот го исполнува својот работен ден, а каква содржина има во слободните дни во неделата. Покрај ова, научниот интерес се свртува и кон содржината на годишниот одмор за да се разоткрие нашиот граѓанин и како турист. Земено во целина студијата ги бара оние промени и анализира во непосредниот и конкретен живот на југословенскиот граѓанин, и затоа го маркира режимот на живот и работа на

човекот во 24 часа, новините во личниот концепт за живот условени од скратеното работно време и особено од 42-часовната работна недела. Зборот е дека порано работникот имал само еден ден за одмор а сега кога веќе тој има два, нешто би морало да се промени во неговниот концепт за одмарање. Од своја страна моделот за годишни одмори би морал да ги почувствува во позитивна смисла сите овие промени што настале во режимот на дневниот или неделниот одмор.

Режим на живот и работа  
на човекот во 24 часа

Студијата најнапред поаѓа од она класично распределување на времето во денот, односно во 24 часа. "8 часа работа, 8 часа слободно време и 8 часа спиење. Во практиката, човекот го ремети тој идеален сразмер. Тој го зголеува работното време на сметка на делот што припаѓа за слободно време, работ и на делот што припаѓа за сон". Трагајќи по содржината што е предодредена за слободно време во Студијата се констатира дека "на подрачјето на слободното време во денешниот свет постојат преку 10.000 разновидни активности со кои човекот се занимава. Изборот и користењето на тие активности зависи од низа фактори како што се на пример, возраста, полот, професијата, приходот, брачната состојба, условите на домување, поседување на разновидни апарати за информирање, забава и култура и тн. Поаѓајќи од овие нешта се отвора прашањето како живее југословенскиот граѓанин во своето секојдневие.

Резултатите од испитувањето покажуваат дека:

- Годишите на возраст имаат значајно дејство во изборот на содржината на слободното време. Богата содржина среќаваме обично кај граѓаните од 20 до 60 годишна возраст. Тие луѓе до 20 и преку 60 години во поголем процент се ориентирани кон забава и рекреација.

- Брачната состојба сигурно делува на слободното време и <sup>на</sup> неговата содржина. Така 83% од мажите и 96% од жените слободното време го минуваат во одмор, домашни работи и учење и во некоја друга дополнителна работа. Карактеристично е дека 12,24% од мажите и 2,51% од жените внесуваат и други содржини во начинот како го минуваат слободното време. Кај мажите тоа е случај со неженетите и разведените, а кај жените со немажените и разведените.

- Испитувањето покажува на големи сличности во содржините на слободното време во фамилиите со помал или поголем број членови. Забележителни се едночлените домаќинства, бидејќи едната половина од нив се одмара во слободното време, а другите две четвртини се бават со домашни работи или со други активности.

- Социјалното потекло не се покажува како значајна детерминанта во содржината на слободното време. Имено, луѓето што се родени во градот, што дошле од село или друг град не покажуваат некоја разлика од значење во користењето на слободното време. Меѓутоа, забележително е дејството на социјалното потекло во она, како жените го користат слободното време. Имено, жените со потекло од село повеќе се врзани за домашни работи и имаат помалку време за одмор.

- Занимањето на граѓаните делува на содржината на слободното време. Интересно е дека со дополнителна работа се занимаваат неквалификуваните и висококвалификуваните работници, дека домаќинките во најчест случај можат да сфатат што е тоа слободно време, дека спортот како доминантна активност се среќава исклучиво кај мажите, дека ниедна жена ни учи во групата на продавачи во трговијата, угостителството, индивидуалните земјоделци, слободните професии и инвизионери; и дека ниту една од анкетираниите домаќинки не учи.

- Работното време, еднократното, двократното и работата во турнус делува на слободното време. Најнапред се констатира дека без оглед на работното време најголем процент се занимава со домашна работа во слободното време, 40,6%, а се одмара . 39,1%. Карактеристично е дека тие со еднократно работно време и неаработените во најголем процент во слободното време се одмараат а дека жените со еднократно работно време и неаработените повеќе во слободното време се занимаваат со домашна работа.

- Месечниот доход во домаќинството и семејна-самајството влијае на слободното време. Карактеристично е дека оние со помали приходи повеќе се базат со домашни работи во слободното време, или и со работа што носи дополнителни приходи. Сепак, како се зголемува доходот во фамилијата, така се зголемува и содржината на слободното време, па оттука и склоност на анкетираниите да ја зголемат предимноста листа на активности во слободно време.

- станарскиот статус делува на слободното време. Релативно најчесто се одмараат потстанарите 42,4%. Се забележува тренд во порастот на времето употребено за обавување на домашни работи и тоа: кај потстанарите за 74,3%, кај состанарите 77,6%, а кај станарите 78,8%, додека кај сопственикот на куќата или станот 82%.

- Просечната површина на станот нема некое значително влијание на содржината на слободното време. Тие што имаат знатно повеќе се разликуваат просечна површина над 100 м<sup>2</sup>, бидејќи 60% од нив денот им минува во домашна работа. Со зголемување на станот, се зголемува и бројот на тие што учат, но се намалува на тие што се занимаваат во слободно време со некоја дополнителна работа.

- Апаратите за информирање, забава и култура, радиото, грамофонот, телевизорот и слично, делуваат на слободното време. Тие што имаат само радио или транзистор, во чест случај во слободното време се занимаваат со домашна работа а во слободното време во мал процент учат. Тие што ги немаат, во слободното време најчесто се занимаваат со домашна работа и воедно се луѓе што најмалку во слободното време се одмараат.

Општа е констатацијата дека југословенските граѓани покажуваат тенденција слободното време да го проведуваат дома. Ова особено е карактеристично за жените, затие со поголем број во семесјтвото, за тие што имаат помалку апарати за информирање, забава и култура. Мажите и луѓето од слободните



професии, наставници, административни службеници и работниците претежно се склони слободното време да го минуваат во внатрешноста на куќата или станот. Во оваа група се свртени и жени што работат во просветата, здравството, жени на раководни кадри, пензионирите и неквалификуваните работнички.

Испитувањето исто така покажува дека со порастот на примањата по член на семејството расте и бројот на тие што слободното време настојат да го поминат надвор од куќата или станот. Исто така се забележува дека луѓето што подолго време и дури од раѓањето живеат во дадениот град, токму тие се оние што и повеќе се склони да го слободното време поминуваат надвор. Големата и се поголема подвижност во слободното време, сврзана е со многу елементи на сигурност и обратно, слабата подвижност значи неадаптираност, неприспособност и обично слаба материјална состојба. Оттука и склоност етано да се помине денот и попати, ако не и столчи слободното време.

Веројатно сѐквие сознанија се драгоцени за сите оние медиуми што се обидуваат да влезат во домот и со својата образовна, забавна и културна содржина, како и за тие што се прашуваат зошто граѓаните и особено одделни категории не се вклучуваат во образовните, културните, општествените и политички активности. Сепак, испитувањето покажува дека слободното време ја добива својата права содржина и квалитет зависно од примањата. Доколку тие опаѓаат или стагнираат, дотолку и слободното време се користи за дополнителна работа и зарде-

ботувачна. Оттука, нашиот граѓанин има слободно време што го формално здобил, но напореда со ова не се зголемувани и материјалните можности, што секако се основа за неговиот стандард. Оттука, и тенденција слободното време да се користи за дополнителна работа, да се "најмува" својата слобода, за да се одржи материјалната рамнотежа во денот.

#### Неделно слободно време

Неделниот одмор, ден или два во неделата предодредени се со одделна содржина. Врз таа основа се претпоставуваат извесни соодноси дека постојат помеѓу работните дни, односно меѓу режимот на живот и работа во 24 часа со она што се јавува во неделните слободни дни. Онаа поврзаност и меѓусебна зависност во режимот што се гради преку работниот и оној стил што се негува во слободните дни, сигурно се во некоја корелација. Врз ова се претпоставува дека оној што се исцрпил во текот на работните дни, да ги очекува дните на неделниот одмор за да се одмори квалитетно, односно дека секојдневните грижи во работните дни што секогаш не се и свои ќе отстапат место на она што преставува некоја своја преокупација и специфично задоволство.

"Човекот од памтивек се вели во Студијата, крајот на неделата го означувал и утврдвал како ден на одморот, ден на предах од работа, како слободен ден. Филозофските, религиозните, општествените, економските и другите пристапи му давале на тој ден различно значење: ден на мирот, на психичката

и физичка рамнотежа, ден за медитирање, ден слободен од било какви работи, ден за општествени контакти, ден господов (недела сабат, думај, викенд и друго).“ Врз основана една ваква традиција, на овој избран или осмислен ден од неделата, логично да се појават и некои разлики достоини да го диференцираат сегашниот ден во неделата и во нашето време и услови. Интересот да се осознае токму таа содржина на овој по традиција даден ден, уште повеќе се потенцирал со фактот што сега такви дни (слободни) се два во седмицата. Имено, испитувањето е изведено после воведување на 42-часовната работна недела и требаше да покаже на промените што ги условиле таквото скратено работно време.

Содржината на слободниот ден и особено сега на слободните два дни во седминцата е значајна за разбирање на комплексноста на човекот, неговата тежба да се изрази низ тоталитетот на општествените односи. Ако е точно дека низ историјата и традицијата, неделата имала секогаш своја особена содржина и значење, со оглед на времето условите и владеежните идеи и идеологии, тогаш е логично да се очекува изведла промена што ќе го изразува нашето време и општествени услови. Од своја страна интересно е низ кои се форми и содржини се изразува современикот, како се остварува кога тој е ослободен од работните и другите обврски.

Тенденциите што ги регистрира испитувањето покажуваат дека:

- Најнапред треба да се констатира дека сите работни луѓе во Југославија имаат исти дни за неделен одмор. Граѓаните од големите градови обично за неделен одмор ги имаат саботата и неделата, потоа во некои градови како слободни дни се користат неделите и секоја втора сабота, како и случаи кога за слободни дни се имаат некои други дни во неделата. Ова е условено од поделбата и организацијата во трудот, но во извесна смисла веќе значи некоја демистификација на тој "свјетски ден" што бил предодреден предат или ведутаршен.

- Бидејќи во луѓето има значајно дејство и на празните денови и одморот, бидејќи, тие дојат до среќи, оптимизам, добар одмор го даријат тие, што прати по емоционални квалитети и телесни прашања, војна и на концерни саблежари. За работна одмор нешто ризици обично и сите дни од неделата ги минуваат како и работните. Ова има смен темпурање што слично и не донело старите потешко да работат повторно на нив прашања, а пак, смените да се посетуваат и да се работ што се бара во аматата.

- Браќата се состојба својот дејство и својата вина на слободните денови во неделата, а сите се оние два слободни дни во седмицата. Службата да се минуваат и тие слободни дни како и другите во неделата, владано е изразено. За збогавување и за нивната почеста празничните денови се користени и неговите работни дни. Треба да се знае и тоа дека на сите браќа во работно подготвеност, а ситеците и вдовците што води кон претпоставка дека токму тие луѓе во овие празнични дни многу тегобно мора да се чувстаувале со својот статус на траорни самци.

- Останала се уште значајна традицијата, неделата да се користи како ден за одмор, а поретко се прифаќа саботата односно и двата дни. Другиот ден, саботата обично го бираат тие од услужните дејности, интелстабото и туризмот, сообраќајот, здравствени и неквалификуваните работници. Овде би можела да се бара интерпретација, зависно од поделбата на трудот и организација на животот, особено во тие слободни дни во неделата. Впрочем, саботата и неделата се вистина слободни дни, но и во тие дни на слобода некој треба да создаде услови за квалитетно да се оствари слободата на другите луѓе.

- Работното време, (еднократно, двократно и работа во смени) врши серозно дејство на слободното време. Општа е тенденцијата вработаните од сите смени повеќе неделата да ја користат како ден за одмор, како и тоа содржината на неделниот одмор да им остане и натаму слична како и во другите дни. Тие што работат еднократно почесто одат на еднодневен излет, додека оние што работат двократно или на смену обично одат на полудневен излет или прошетка.

- Домарскиот статус станар, состанар, потстанар нема некое значјно дејство на содржината на слободните дни во неделата, ниту во изборот на слободниот ден. Сите скоро подједнакво се однесуваат со извесни мали исклучоци на потстанарите бидејќи тие почесто одат на спортски приредби, а станарите на полудневен прошетки.

- Поделбата од истувањето не покажаа некоја битна разлика во користење на слободното време од смените од вообичаените работни дни. Тие не покажаа никаква значајна разлика во квалитетот на

неделниот одмор со оглед дека тој се зголемил веќе на два слободни дена во седмицата. Сепак за забележување е податоиот што повеќе од една четвртина од одговорите веќе зборуваат за една збогатена содржина на неделното одмарање, бидејќи почесто одат на целодневни излети, полудневни прошетки, на спортски приредби или на некој друг начин се одмараат. Сето ова зборува во прилог на уверувањето дека настанува едно реструктурирање на традиционалното однесување во слободните дни на неделата.

Земено во целина слободните дни во неделата многу не се разликуваат од работните дни на југословенските граѓани. Разликите во општото одмарање исто така не покажуваат веќе забележителен квалитет што го гради тој нов стил на животот на тие два слободни денови седмицата. Причините за ова секако се повеќе. Меѓу нив значајен е фактот на релативно малата заработувачка, на се уште голема работа во куќата која ги оптеретува домајинките и на некој начин сите членови во семејството, како и во недоволната опременост и особено на одредена <sup>на</sup> привиннатост одморот да се изведува надвор од куќата. Впрочем, се работи за навики што се граделе со векови и осмислувале со животното искуство и идеолошките разбирања. Потребно е извесно подолго време за да се почувстауваат и двата дни во неделата како свои слободни дни.

### Годишен одмор

Годишниот одмор на југословенските граѓани исто така преставува една содржина од ослободеноста на човекот во трудот и од секојдневните општествени обврски. Зборот е дека

одморот годишен има своја зависност од трудот и од опшествените слободи. Впрочем, неги го имаат изобилно одделни категории, а други го немаат. Го имаат во мал обем или воопшто не го користат. Во меѓународното работничко и синдикално движење, во онаа трајна борба за скратено работно време секако било и прашањето за право на годишен одмор, односно за платено годишно отсуство за вработените. Поаѓајќи од оваа зависност на годишниот одмор од низа фактори во Студијата се истакнува дека секако посебна улога имаат временските, економските, политичките, професионалните и социјалните детерминанти.

- Годишниот одмор е општа потреба и социјално право на сите вработени во Југославија. Испитувањето покажа дека оваа потреба и право ја користат претежно тие што се вработени во метрополиите. Според податоците тие имаат поголем доход по челн на домаќинството, повеќе се опремени со апарати за домаќинството, побрзо од другите граѓани го користеат годишниот одмор во оние типични месеци за одмор: јуни, јули и август. Сосема спротивна тенденција се наидува кај оние што потекнуваат од помалите градови и особено кај оние со работнички и земјоделски семејства, кај тие што потекнуваат од село. Оваа категорија покажува склоност одморот да го проведе дома, да го одложи и дури да не го користи тоа право.

- Просечните примања по глава на домаќинството имаат многу значајно влијание врз изборот на времето за годишен одмор. Општа е тенденцијата одморот да се изведува во летните месеци, меѓутоа, ова е во зависност од примањата. Доколку тие се поголеми, тоа се остварува во овие месеци (јуни, јули и август),

и обратно доколку се помали годишниот одмор се померува во другите месеци.

- Многу е изразита тенденцијата кај оние анкетирани што потекнуваат од метрополите, од поимотните категории, од поразвиените категории на трудот, да го користат годишниот одмор на море. Во прилог на ова, оди и се поголемата доходност по член на домаќинството, поголема образование и култура за одмарање и слично. Меѓутоа, исто така изразита е тенденцијата во која анкетираниите што потекнуваат од малите места и од работничките занимања да не го користат годишниот одмор.

- Општа е тенденцијата (статистички значајна) што се уште категоријата луѓе со пониски примања, со понизок стандард, веројатно со повеќе членови во домаќинството обично го одлагаат одморот го поминуваат дома или го остваруваат надвор од оние карактеристични летни месеци. За разлика од нив тие што се со побогат стандард, со поголеми примања, обично одат на море и тоа во летната сезона. Интересен е податокот што земјоделците, продавачите, домаќинките и пензионерите во претходната година претежно не го користеле годишниот одмор. Меѓутоа, може да се констатира дека на море одат поимотните, додека тие со просечни примања во другите места, на езеро или планина.

- Повеќе од испитаниците го користеле својот годишен одмор со своето семејство 55,7%. Во групата што одморот го користела со своето семејство претежно се луѓе од метрополите, (републичките центри), од поимашливите категории, тие со поголем доход, такашто годишниот одмор



им влегува како категорија на нивниот стандард. Посиромашните, тие со понизок доход по член на семејство обично не го користат годишниот одмор, остануваат дома или одат на одмор сами.

- Правото на платен годишен одмор е општо право на сите вработани во Југославија. Меѓутоа постои разлика во должината на одморот. Според Уставот на СФРЈ секој работник има право најмалку до 14 работни дни. Податоците од испитувањето покажуваат дека тие категории со повисок доход обично се сние што користеле поголем одмор, па се до 30 и повеќе дни. Релативно е помал одморот (трае од 14 до 18 дена) на тие со помали доходи по глава на домаќинството, како и на дел од анкетираниите што немаат право на платен годишен одмор.

- Плановите за годишен одмор се покарактеристични за луѓето од поразвиените центри и од категоријата со повисок личен доход. Обично тие како место за годишен одмор го бираат морето или одрењето во странство. Луѓето пак со понизок доход по член од семејството обично не го планираат одморот, се уште не знаат каде ќе појдат. Една четвртина од испитаниците не знае каде ќе оди на годишен одмор. Секако интересно е и тоа дека е помал бројот на тие што планираат да одат на море, во споредба со тие што веќе биле минатата година. Се добива впечаток на заситеност или склоност кон промена.

Во заклучниот дел на студијата се укажува дека слободното време, во денот, неделата и годишниот одмор, во квалитетна смисла се разликува од она што под тој поим се разби-

рало порано. Зборот е дека на една <sup>развиена</sup> <sup>личности</sup> општество и сепак мора да му соодветствува и развиена концепција за слободно време. Ова особено доаѓа до израз кај категоријата на луѓе што веќе подолго живеат во градот, кај тие со поголеми примања и образование. Оваа категорија ги гледа, ги доживува задоволствата што ги има животот наоколу од куќата. Токму тие одат на приредби, посетуваат театри, одат на годишен одмор на мора и во странство и слично.

Според сознанијата со кои се располагало, се оценило дека во времето кога се вршело испитувањето му претходел еден период во кој селското население значајно продрело во градовите. Затоа останувал како актуелен проблемот на адаптацијата на придојденото население од блиските и подалечните села, како и другите градови во дадената средина. Податоците покажале дека таа адаптација потешко се остварувала во одморот и воопшто во оној карактеристичен градски, современ и модерен живот. Испитувањето во целина констатира низок степен на култура што се изразила во слободното време. "Со сигурност може да се утврди дека степенот на културни потреби на населението на нашите градови е релативно низок, и кога е во прашање читањето на дневниот печат, или кога е во прашање посета на кина, и разновидни културни приредби, театри, концерти и изложби".

Испитувањето донесе извесни сознанија во врска со резултатите од остварување на скратеното работно време, односно од скратената работна недела. Податоците покажуваат на се уште јака традиција да се претежно користи само еден

ден од седмицата. Поточно пак традиционално седмиот ден се одбира како ден за одмор. Во тој контекст е констатацијата дека нашиот човек особено тој со понизок доход многу останува дома. Тој се ангажира со семожни работи така што слободните дни обично ги појнува како и другите. Сепак извесни промени во начинот на користење на слободното време почнуваат да се забележуваат особено кај категориите со поголеми примања и во редот на луѓето што подоцна свикнуваат на еден развоен живот.

Податоците од испитувањето зборуваат и за извесна конзервативност на нашиот човек во градот, во напорите за промена на животниот стил. "Градската популација... тежнее повеќе во квантитативна смисла да го зголемува слободното време, отколку во квалитетната своја содржина и структура.... резултатите на испитувањето зборуваат дека три четвртини од испитуваните го поминуваат слободното време исто така како и пред пет години... Меѓутоа граѓани што во 5 години не го промениле начинот на остварувањето на слободното време ги има релативно најмногу од оние што се сониски приходи, но истовремено таа тенденција е карактеристична и за граѓаните со повисоки примања". Поради тоа во заклучниот дел на Студијата се укажува дека треба одделно да се изучуваат потребите на општествените структури на подрачјето на слободното време и дека недостигаат продлабочени сознанија за противречностите на современието, на современата култура и потрошувачка, што така прегледно се изразуваат во слободното време.

### 3. ПЛАНИРАЊЕ НА ТУРИСТИЧНИТЕ ПРОСТОРИ

Во нашето време и општествени услови се појави и изрази една многу карактеристична институција, методологија и практика во komponирањето, насочувањето и остварувањето на туризмот. Станува збор за институција која инспирирана од туристичките движења како и од можностите на одделни региони - се зафати со комплексно планирање на просторот предодреден за туристичка намена. Задачата е конкретна и практична. Имено да го организира просторот врз основа на науката и искуството за туризмот. Се разбира, интердисциплинарниот пристап е основен, тимската работа и максималната соработна нагласени. Споредбеноста на податоците и komponирањето главна методологија и што е особено значајно обезбедена е јавност во работата на сите што непосредно или посредно изразиле интерес во komponирањето и остварувањето на регионалната концепција на туризмот.

Врз овие основи и со ваква улога и задача се издвојува "Дирекцијата за просторно планирање" од Охрид. Таа е формирана кон крајот на 1958 година со цел: "изработна на регионално просторен план на охридско-преспанското подрачје со посебен акцент на туристичкото стопанство". Подоцна задачата се прошири и во неа се приклучи и Битола со Пелистерската регија. Треба да се нагласи дека главните идеи и основните средства во финансирањето ги презедоа општините од овој простор и со тоа тие овозможија остварување на една институција исклучиво врз претпоставките на стопанството.

За таа цел оформен е координационен одбор и стручен совет, деловна соработка со експертите на ОЕЦД<sup>\*</sup> што во својство на консултанти повремено ќе престојуваат, како и систем на консултации и дискусии со стручни лица со граѓаните и институциите во чие место се изведува Просторниот план. Подоцна, откако во релативна смисла Дирекцијата го заврши планирањето во овој простор, почна да го остварува и вториот задаток, односно проширувајќи ја задачата за планирањето на цела Западна Македонија со општините Дебар, Гостивар, Тетово, како и за општините Крушево и Гевгелија. Развојот на оваа институција е евидентен зошто таа оди со амбиција да го испланира просторот на целата Република и така да добие можост интегрално да го третира стопанскиот и особено туристичкиот развој.

Планирањето во Дирекцијата се изведува тимски и интердисциплинарно и целта е да се дојде до заеднички прогнози за можните насоки во развојот на туризмот, односно за местото и улогата што се повеќе ја добива одредената средина и регија што е предмет на планирање. Проектната програма ја изучува постојната состојба и потенцијалните можности што таа ги има; потоа смерниците на нејзиниот економски и демографски развој на населените места; проблемите на досегашниот развој на СР Македонија и можностите за туристички развој на одделни регии; ги изучува и прогнозира туристичките понуди и побарувања; ја разоткрива валоризацијата на просторните единици, сместувачки капацитети, проценти на економските

\* Меѓународна организација за соработка и економски развој  
ОЕЦД - ООН во Париз

ефекти од туризмот и даваат предлози и мерки, изработува планови за туристичките градови, населби и локалитети. Ова е во главном листата на проблеми со кои се бави Дирекцијата и за кои ангажира мноштво научни и стручни луѓе и експерти.

Методологијата на ова планирање предвидува специјалистички и секторски студии за стопанскиот развој, како и можности за нивно глобално проверување. Нацртите за регионалното и просторното планирање, предвидуваат претходно зонирање, детални студии од страна на специјализирани заводи, како и изготвување на систем на алтернативи и избор на тие што се најоптимални за изработка на урбанистичките планови. Секторските студии ги обработуваат природно-географските, геолошките, сеизмолошките, педолошките, климатските, хидрографските, хидролошките, хидро-биолошките карактеристики, даваат анализа на пејсажите и заштита на природата, културните и историските споменици, го студираат демографскиот развој на населбите, стопанскиот развој по грани и дејности, општествениот стандард, вонстопанските дејности и припремаат студии за развојот на туризмот. Сите овие специјалистички студии треба да донесат сознанија за развојот, да ја објаснат врз основите на науката дадената состојба, како и да изведат елементи за прогноза што треба да се компонираат во општата проекција на регијата. Оттука и потребата за меѓусебна соработка, за размена на информации и градење на споредбена методологија, како и потребата од чести, стручни и научни дискусии, од јавни расправи се со цел да се донесат и верифицираат прогнозите врз кои се темели планот.

"Најопшто земено - се апострофира во материјалот на Дирекцијата, <sup>35</sup> просторното планирање претставува вид на најфункционално планирање на просторот, при што се изучуваат сите расположиви фактори и ресурси на еден простор и применуваат сите можни средства на планска вештина. Оваа теза е најблиска до теоријата на сепопфатното планирање. Времето на парцијалните зафати се заменува со доба на тотално уредување на просторот, затоа што заедницата е витално заинтересирана за воспоставување рамнотежа меѓу природата, просторот, времето материјата, енергијата и човекот. Тоа мора да биде организирана дејност на сите стелени од општествената организација - дејност што во истражувањето ги вклучува сите релевантни фактори." Ваквиот пристап дава можности егзактно да се разоткријат внатрешните атрибути на регијата и просторот, што се битни за туризмот, како и можност да се таа исповрзи со широките и најшироки движења во земјата и светот. Оваа метода на просторно планирање е позната во југословенската практика преку изготвување на регионално - просторниот план за Јужен и Северан Јадран, Просторниот план за загребската регија, регионалниот просторен план за САП - Косово, Просторниот план за СР Србија и други.

Просторното планирање ја нагласи можноста за поврзување на Републиката и на одделните нејзини регии со главните оски на развојот во Југославија. Во оваа смисла "Регионалниот план" ја апострофира "оската на развојот на

земјата во правец исток-запад, на линија на "Савско-дунавско течение", а во рамките на Републиката "примарната оска на развојот се протега по вардарската долина, бидејќи на тој простор постои најголема концентрација на производните сили". Во последно време се констатира во планот, се јавуваат тенденции за формирање на нова југословенска оска на развојот долж приморскиот дел на земјата - литорална оска на развојот која треба да овозможи приморската ориентација на стопанисувањето да формира уште еден значаен стопански пол на развојот, гледано од аспект на земјата како целина". Од своја страна јадранската литорална оска на развојот се надоврзува со север<sup>е</sup>н грчката оска која го следи новиот автопат "Виџ Игнација" во правец на Истанбул, како и во правецот кон Албанија во насока кон Драч, Струга, Скопје. На ова поврзување се создава можност и за квалитетно остварување на стопанството и на туристичките потенцијали на овие регии.

Поаѓајќи од природните и другите општествени услови во планирањето се истакнува Охридско-преспанската регија и целосно регијата на Западна Македонија, со просторот на градовите Дебар, Гостивар и Тетово, како многу компаративни, "пред сè поради тоа што овие две просторни целини се комплементарни во стопанска и производна ориентација и затоа што Охридско-преспанскиот регион е специјализиран за туристички развој. Во таа смисла постојат значителни услови за туристичка соработка и комплетирање на заедничката понуда, и уште повеќе се работи за различни видови туристички промет во двата



региона кои временски не се поклопуваат. За разлика од овие две регији "општината Крушево се одликува со одредени специфичности. Таа е една од ретките општини чиј развој во целост треба да биде прилагоден на туристичките активности, бидејќи нејзиниот простор природно е предиспониран за туристички развој. Не помалку е важен фактот дека оваа општина има богато историско минато и светла традиција". Во тој контекст на предности се нагласува дека територијата на оваа општина претставува ридско-попланинско подрачје кое со градот Крушево лежи на надморска висина од 1.250 метри. Во планот одолно се анализира и општината Гевгелија која се наоѓа на самата примарна оска на развојот по вардарската долина и до границата со Грција. Оваа оска на развојот во која има голема концентрација на производни сили претставува значајна предност особено при услови на подобрување на односите и отворање на границата што ќе предизвика развиени трговски односи, малограничен и трговски промет и слично.

— Просторните планови ги разработуваат и компаративните предности на поместатите општини во корелација со соседните простори и населби и кумулираат сознание, упатуваат кон уверувањето за нивна поврзаност и меѓусебна зависност при услови на поамбициозан развој на туристичкото стопанство. Стратегијата е насочена да се пронајдат и афирмираат меѓусебните односи и комуникации, да се истакне потребата за поврзување на туристичките центри и активностите во нивниот стопански и

општествен живот. Во таа смисла планот се залага за поврзување со сообраќајници што ќе одат од западна Македонија према источни<sup>2</sup> и притоа се истакнува идејата за поврзување на Охридско-преспанскиот регион, преку Крушево за Гевгелија.

Концепцијата на просторниот план за Охридско-преспанскиот регион, прогнозите ги темпира се до 1990 односно до 2000-та година. Во овој временски период планираните подрачја<sup>1</sup> општини се очекува да остварат републички просек низ општествениот производ по жител. Освен тоа, главниот акцент треба<sup>2</sup> да падне на развитокот на индустријата (чиста индустрија), потоа на земјоделието, но без употреба на хемиски препарати. Покрај ова туризмот треба да стане водечка стопанска активност и во таа смисла особена грижа се покажува за природните потенцијали и за нивна максимална одбрана од индустриското и другото загадување.

Охридско-преспанскиот просторен план, предвидува<sup>2</sup> бројот на сместувачките капацитети да изнесува до 60.000 легла, од кои за Охрид 22.700, за Струга 8.400, а за Преспа 29.100. Истовремено се прогнозира и голем туристички промет, особено преку викенд-туризмот, здравствениот, излетничкиот, зимскиот, планинскиот, риболовниот и ловниот туризам, конгресниот и пословниот туризам. При овие промени во структурата на регијата и стопанството се очекува просечен престој на домашните туристи да биде 11, а на странските 7 дена, односно 680.000 ноќевања,

од кои 407.000 домашни гости и 273.000 странски туристи. Во овао смисла треба да се рече и тоа дека "Езерата - Охридското, Преспанското, планинските езера на Пелистер и Јабланица, како и вештачките езерски акумулации му даваат карактеристичен тон на регионот, во смисла на извонредни можности за туристичка експлоатација".

Просторниот план за регијата на Западна Македонија со градовите Дебар, Гостивар и Тетово, се претпоставува дека има реални можности за развoтoк на специјализираниот туризам. Во Тетово "се очекува да се развие планинскиот туризам во кој посебно место би имал зимско-спортскиот туризам. Главната ориентација на туристичкиот развoтoк на Дебар би била банскиот туризам, додека просторот на општината Гостивар развојните можности ги насочува кон планинскиот, зимско-спортскиот и летниот стационарен туризам. Се разбира, дека ова не ја исклучува потребата од развој на други, комплементарни видови на туристичкиот промет во секоја одделна општина. За да се оствари ова се предвидени промени како во структурата на местното население, (поголема стапка на вработеност, интензивирање на земјоделството, сточарството и особено развoтoк на индустријата и слично). Општо е верувањето на планерите дека ќе настане извесна заситеност на луѓето од традиционалните туристички подрачја, огромното зголемување на масата на туристи и зголемување на интересот на луѓето за откривање на нови простори со понуда поинаква од традиционалната и стандардната".

Некои предности од туризмот на оваа регија на западна Македонија во програмата за развој особено се истакнуваат. Така се предвидува користењето на капацитетите во две и повеќе сезони, а со тоа графиконот за движење на прометот не има мали осцилации. Низ планот се разоткриваат повеќе потенцијални туристички подрачја и локалитети, било што го активираат Мавровското езеро или планинските масиви на Шара, Кораб, Бистра планина, карактеристичните селски населби на Лазарополе, Галичник и слично. Земено во целина се претпоставува дека овој простор не бие забедува туристички потенцијал од 8 милиони ноќевања, додека за планираниот период се очекува само 2.200.000 ноќевања. Прогнозите уверуваат дека оваа регија се поизразито не се отвара кон Скопје со своите зони за викенд, со можностите за феријален туризам, како и со можностите кон охридско-преспанската регија, со која да ги комплетира услугите за туристичката понуда. Сепак во просторниот план има место и за нови согледувања, онаа "резервација на простори за идниот период и идните потреби на луѓето кои во сегашната фаза не можат да бидат во детали согледани".

Крушевската општина планира ја осмислуваат како што за основен носител на туристичкиот развој го претпоставуваат самиот град - Крушево. Во оваа насока се развива идејата за "опремување на планинскиот центар за целосен одмор, рекреација и планинско-климатско лекување, дополнување со други компоненти и видови на туристички промет - зимско-спортски

ловни и слично". Градот Крушево преставува идеално место за организирање зимски училишта (комбинација на учење со скијачки активности, кампови и друго. Се мисли дека овде постојат услови капацитетите да се активираат и во трите сезони. Планот предвидува 4.000 сместувачки единици со околу 100.000 ноќевања. Видно е дека се активираат природните услови за развој на планинскиот туризам (клима, вегетациони елементи и слично), планинско-климатски летовалишта и развојот на ловниот туризам.

Просторот на Гевгелиската општина во планирањето добива свои специфичности во туристичките претпоставки и со оглед на условите што ги има повардарието, односно онаа стара оска на развојот на Југославија, како и сообразно на фактот што овој простор се наоѓа до границата на Грција. Оттука, основните правци за развојот на туризмот во Гевгелија, се откриваат во тоа што "езерскиот и лакуалниот туризам не бидат основен и носечки вид на туристичките активности. Паралелно ќе се развива и банскиот и транзитниот туризам, а комплементарни видови ќе бидат планинскиот, ловниот и другите видови. Поволен е фактот што постојат можности за комбинација на основните видови - транзитниот и банскиот (на пример понуда на услуги на бање за краток одмор, за транзитери со соодветна терапија) и транзитниот и езерскиот. Исто така лакуалните активности можат да бидат проширени со здравствени, бидејќи се докажани одредени терапевтски вредности на Дојранското езеро".

Земно во целина овие регионални планови имаат за задача да ги претпостават природните услови, социјалните можности и производните потенцијали што значајно ќе се осмислуваат со туризмот. Ова се само први комплексни амбиции врз премисите на науката и испробаното искуство, конкретно да се изучува, komponира и квалитетно остварува туристичкиот простор на СР Македонија. Во јавноста овие концепции делуваат многу мотивирано, а со оглед на подрачјата за кои се наменети ренесансно, иако за одделни луге се уште утописки. Останува уверувањето дека со овие проекции ќе овладеат не само институциите на општеството, туку и луѓето за да тие станат материјална сила во развитокот. Впрочем, планирањето е една работа, а релативно нешто друго упорното настојување тие концепции да се остварат во живот. Оттука и потребата тие да станат основа за развитокот и програма за натамошните остварувања. Да напоменеме и тоа дека Проектот беше доканет на Југословенскиот конкурс за трудови од областа на просторното планирање и туризам, а учествуваше и на изложбата "УРБАНИКС" во рамките на Загребскиот велесам.

Глобалните согледувања на развојните можности на СР Македонија според показателите на Републичниот завод за општествено планирање за наредниот петгодишен развој од 1976 до 1980 година предвидува "изградба на нови 14.500 легла од кои 5.000 би отпаднале на основни капацитети во угостителските работни организации. Другиот дел од капацитетите би требало да ги сочинуваат разните одмаралишта на стопанските и другите организации и институции, како и сместувачки капацитети на приватните домаќинства чиј процес на вклучување на туристичката понуда се очекува и натаму да продолжи".

Поаѓајќи од овие и вакви факти, ориентации и развојни можности на туризмот за наредниот период, логичен е интересот за она што се одвивало како туристички текови во тој на оваа година, односно во оваа туристичка 1975 година. Претпоставките поаѓаат од уверувањето дека овие ориентации веќе се иницирани од постојната структура и дека ќе се почувствуваат во летото 1975 година, како и сред туристите во СР Македонија, односно во нејзините институции и работни колективи. На таа реалност се и сознанијата на "Мајскиот собир на новинарите од Југославија" што се одржа во Македонија за да ја истакне потребата од натамошен забрзан развој на туризмот. Рефератите се залагаат "за изградба која повеќе ќе води сметка за домашните гости, односно за работниот човек за во непосредната близина да се покренаат центри за дневна и неделна рекреација. А, ден добрата локација, стручната и системската мрежа на добро опре-

ни рекреативни центри ќе преставува и почеток на "Третата ера од развојот на туризмот во Југославија". Исто така, на тој собир е речено дека "слободното време бара еден квалитетно подруг одмор за современикот од оној што порано го имал во лежење и мирување". На таа релација се вели дека "денешниот начин на работа и живот бара организирана и постојана рекреација низ активности што спаѓаат во феноменот на туризмот".

Постојат сигурно повеќе можности преку кои би можеле оваа ситуација и самите туристички текови да се тестираат во практичниот живот. Во редот на тие можности секако многу карактеристичен е дневниот печат и особено низ содржините што го презентираат туризмот и туристичките текови во Републиката. Токму поради таквото уверување за улогата на овие медиуми, за комуникација и информирање и воопшто за изразување на јавното мислење се дојде до идејата за анализирање на текстовите за туризам што биле презентирани во дневните весници "Нова Македонија" и "Евечер".

Во врска со структурата на туристичката материја што ја извлековме од весниците треба да се рече дека преставува доволна и солидна основа за квалитетна анализа на туризмот во СР Македонија и дава некои претпоставки, некои аргументи врз кои може да се разбере нашиот човек. Од целокупната таа материја што беше објавена за туризмот во 1975 год



издвоивме околу 500 написи. При изборот на содржината особено се внимаваше за природниот циклус на туристичката појава. Грижата да се соберат доволно материјали за почетокот кога се врши припрема на туристичката сезона, да се зафати оној период на појавата и на крај оној период кога тој почнува да сплонува и замира, кога како што се вели "сезоната е на исток". Освен тоа, при изборот се внимаваше да се избере релативно доволно содржина што ќе го третира туризмот според неговите видови и специфични содржини. Така се овозможи посебно да се претстават различни видови на туризмот во СР Македонија.

Кога се земе за основа целата таа туристичка содржина од овие дневни гласила, се доаѓа до основните комплекси со кои биле информирани работните луѓе и граѓаните во Републиката. Првну летото во весниците се пишува за онаа општа политика во развојот на туризмот во СР Македонија и Југославија а во тој контакт и за она што станува во Европа и во светот. Од друга страна перманентно се сервираат и информации и продлабочени сознанија во врска со туризмот, се даваат совети се со цел квалитатно да го припремаат работниот човек за наредниот годишен одмор. Овде треба да се рече и тоа дека нашите весници донеде и доста информации и некои согледувања и оценки на науката и на светскиот печат што се однесува<sup>ат</sup> за туризмот.

Големо внимание се посветува на она што станувало, за припремите и прифаќањето на туристите во нашите познати туристички центри. Во таа насока вниманието се свртува на

езерскиот туризам и притоа постојано читателите се информирани за туризмот во Охридско-преспанската регија, посебно за Охрид, Струга, Преспа, за она што се одвива на Дојранското езеро, па дури и : секојдневно за температурата на водата, воздухот и слично.

Доминантна туристичка содржина се донесува и од Скопје и притоа се третира како центар што е привлечен не само за мештаните што се уште не можеле да појдат на одмор, или што пак намераваат тука да останат, туку и за граѓаните од Македонија и Југославија што за време на годишниот одмор дошле во градот, и, особено за странците што кратко или подолг<sup>о</sup> се задржуваат во Скопје. При ова за забележување е дека акцентот се става на можностите што ги има транзитниот туризам а во тој контекст Скопје се афирмира како многу значаен транзитен центар.

Одделна содржина се отвора и према селскиот туризам, кон туристичките можности што ги имаат нашите планински масиви, и доста исцрпно зборува за бањите, за нивните лековити својства.

Многу карактеристични се сликите и белешките на "дежурната камера" кога ги бележат нештата во местата што сме ги напуштиле за да замине на годишен одмор. Сугестивна е сликата и текстот и по тоа како е дадена за да може да уверува во нашата навремена одлука да појдеме на одмор, односно како да сугерира дека божем сите нешта што сме ги

оставиле дома и на работното место како потполно да мируваат во својата населба или град во времето кога сме на одмор. Ова како да ни сугерира спокојство.

На крајот можеме да издвоиме и една содржина која се однесува на градовите изложени на големи горештини или тегобите што ги имаат преку лето за да обезбедат ако не, туристичко доживување тоа барем малку свежина и одмор. Покревајќи ги овие проблеми се констатираат многу слабости и пропусти, односно се сугерираат идеи што ќе донесат освежување во тие некогаш запасни летни дни. Да го забележиме и тоа, дека сите населби и градови чинат грчевити напори за да обезбедат и пронајдат туристички можности преку лето.

Заради извесни недоразбирања што можат да настанат во оваа општа претстава што се добива за одредени видови на туризмот или туристички регии и места, треба да се констатира многу изразитата тенденција на новинарите на "Нова Македонија" и "Вечер" да трагаат во нови и понови простори во кои луѓето чинат напори да се изразат и како туристички. Оттука, написот значи оправдување на иницијативата, една зголемена доверба, една морална потпора, некоја мобилизација идејата да се доразвие, напорот да се подржи за да се дооствари намерата во туристичка насока. Ваквата творечка ориентација на новинарите сигурно има повеќе причини што заслужуваат да бидат подлабочено изучени како предуслови за новинарското перформанс туризмот, па дури и како творечки спецификуми на авторите на ова мноштво од написи за туризмот.

## 1. Езерски туризам

Една општа импресија од тие стотина написи за езерскиот туризам покажан непосредно во оваа 1975- лето и посебно низ туристичките места на Охрид, Струга, Преспа и Дојран, покажува извесна тежба кон своја "автономија" и на еден грч својата содржина да се изрази како специфика, како урнек за другите. Склоноста да се биде "поинаков" од другите, склоноста кон диференцирање станала дури некогаш неприродна не само со оглед на просторната блискост на туристичките места, туку и согласно на онаа "природа" што ја има туристичкото, за разлика од другото постојано и работно боравење во некое место. Впрочем, познато е дека само патријархалниот систем го сностенува човекот во поимот "роден крај", слично нешто се обидел да стори и трудот со класичната организација од стопанисувањето, особено во етапата на полуавтоматизираност кога машината го зграбила човекот исклучиво во своите производни задачи.

Туризмот како содржина е сосема нешто друго и поинакво од она работно и животно секојдневие. Оттука е несфатливо зошто новинарите се понеле со тој локален и локалистички колорит, ако не и модел на поимање. Ако зборуваме за Струга, а не го помемнуваме Охрид или обратно, односно зборувајќи за една, испуштаме друга регија, пак во рамките на поимот езерски туризам. Впрочем, Охридското езеро е основен услов за една регија, релативното издвојување не треба да доведе дотука да се сосема исклучи од поимањето она што е блиско за даденото туристичко место или објект.

Регионалното просторно планирање ја осмислува охридско-преспанската регија како единствена и модел на меѓусебна исповрзаност, и не само во взаемно туку и во поширока зависност на туристичкото подрачје со просторот што ги создавал условите за одмор и рекреација, за туризам воопшто. Секако ова не е само новинарската работа да опишуваат за она што гледат и само во рамот на некое туристичко место и институција, односно според локалната филозофија за поимање на местото и туристичкиот настан. На оваа ориентација не е веќе адекватна логиката дека некои места или институции се наоѓаат "во сенка на некој друг". Впрочем, ова е неадекватно поимање за современиот туризам и воопшто во доживувањето на туристичкото место или туристичка институција.

Наспроти на ова мозаично информирање за туризмот во Охрид, Струга, Преспа или Дојран и посебно за овој или оној нивни локалитет и институција, наспроти на оваа парцијализација во весниците се забележува и еден друг приод што има задача интегрално да ја разоткрива туристичката содржина, туристичките простори и динамично да го третира туристичкото доживување. Уверувањето е дека новинарот мора да стане и остане настраната на современиот турист и согласно на неговиот ритам за опсервирање и доживување како динамична личност, г

Според искажувањето во "Нова Македонија" низ рубриката "актуелности" во наредната година се очекува "сериозно"

зирање на езерскиот туризам". Имено, "во овој петгодишен период главнината на инвестициите ќе биде распределена на езерскиот туризам, околу 50%, така што по езерските летовалишта се очекува да се изградат 2.500 легла." Друга значајност во туристичката политика преставува идејата и практичната спрега што е гарантира собирот за угостителството и туризмот на СР Македонија, за остварување на "репродукциони целини и во туризмот". Тие "треба да ги опфатат сите стопански субјекти кои учествуваат во туристичката понуда и потрошувачка. Во една ваква целина би можеле да бидат опфатени покрај угостителството и туристичките агенции, сообраќајот, трговијата на мало, па градежништвото, некои индустрии, услужното занаетчиство и комуналното стопанство",

— Написите во весниците Охрид го третираат како развиено туристичко подрачје кое овозможува квалитетен бораок на гостите. Бројни институции се ангажирани да го организираат туризмот за сите категории на гости. За забележување е дека угостителските и туристичките институции како да се инспирирани од бројот на гостите и тоа обврзно ги тера на планови за освојување на се понови и понови простори по езерото, за градба на нови и поголеми капацитети и слично. Новинарите го почувствувале притисокот на гостите во туристичката сезона, се понеле по уверувањата на стручните собеседници за потребата од поголеми капацитети, и особено за услугето од средна категорија.

Треба да се констатира дека охриданикот како човек не е присутен во написите за туризмот. Зборот е дека не е ни помнат, не е претпоставен. Се добива впечаток дека туризмот го прават само туристички институции и особено тие што се одговорни. Охриданиците ги видел само еден новинар кој сугерира идеја тие да не ги паркираат своите коли во центарот и по традиција да го отстапат местото за гостите. "Тогаш, пишува новинарот, се чини дека низ тесните охридски улици има повеќе возила отколку луѓе!" Во таа смисла го дава и предлогот "домаќините да го отстапат местото за паркирање на гостите... на ваков начин охриданиците ќе го манифестираат и своето традиционално гостопримство".

Еве неколку покарактеристични наслови, посебни на охридскиот туризам: "Април во знак на туризмот"; Заложени излетничките локалитети; Поголема грижа за домашните туристи; Ќе почне изградбата на туристичката улица; Уште една манифестација на југословенско-холандското пријателство - Охрид и Хатвиџ збратимени и на тоа слично. Проблемите од почетокот на сезоната обично значат анализа на дадената состојба во туристичкото место. На оваа релација се афирмираат овие констатации: април е прогласен за месец на туризмот во Охрид и затоа ќе се искористи за подготвување на престојната сезона; голем дел од охридските улици се полни со дупки, а да не зборуваме за состојбата на локалитетите; за состојба на туристичките излетнички локалитети многу често се дискутира но практичната страна досега малку е зафатена; на брегот пак, на езерото и понатаму честа.

е појавата на миѐе автомобили:, "Комуналец" се брани дека поради мали средства што ги добива од Општинското собрание неможе да пристигне да ја одржува комуналната хигиена.; туристичките очи досега бва свртени кон странските посетители, од кои најмногу се очекуваше, а домашните гости бва оставени на втор план...  
 Мора да се измени психологијата кон домашниот гостин и кон него да се истапи со респект.

Кога пак сезоната влегува во оној полн ек, во главном ги сретнуваме овие написи во весниците: "Добро минува ова лето", хотелите се полни; Охрид: многу сообраќајни врски, Охрид-повторно рекорд; Сите патишта кон древниот град; Во нови офанзиве и на тоа слично. Манифестациите какви што се "Нарава-нот на лалето", "Балканскиот фестивал", "Охридското лето" го прават рбетот и го афирмираат Охрид како развиен туристички центар. Импресиите за екот на сезоната вака се предочени:  
 "речиси секој половина час од автобуската станица пристигнува или тргнува по некој автобус и тоа за сите краишта од нашата земја:, особено е живо движењето на локалните автобуси со кои се сврзани сите крајезерски одмаралишта; според неполни податоци во Охрид престоуваат 12.000 гости и дека сите легла во комерцијалното угостителство биле ангажирани, и дека празни има само во домаќинствата; сите улици се преполни со автомобили, така што тие ги најавнале и сите третоари; во дуќаните има многу повеќе посетители особено за оние за прехранбени производи, терасата на "Летница" е сета полна со гости.



Во прилог на оваа општа престава за туризмот во Охрид се наведуваат и некои мислења на познати, признати, прифатени и популарни личности: "овде се чувствувам фантастично рекол Игор Ојстрах. Природата на овој крај му даде се и човекот доста направил. Изградени се бројни хотели кои со својот изглед и комодитет можат да ги задоволат барањата и желбите на туристите со "најтенок вкус". Она што особено импресионира - се луѓето од улицата - љубезни и непосредни. Човекот добива впечаток дека тие се подготвени да направат се за гостите." Во иста насока се наведуваат случаи кадешто еден новинар од "Le Monde" од Париз, кога некој непознати го понеле во кола за населбата "Св. Стефан" и како тоа мало познанство подоцна се претворило спонтано во едно развисно пријателство. Слично е и доживувањето на еден американски студент кој во инспирацијата рекол "Охрид е најубав град - како може човек да не се насмеа и расположи во Охрид, додав тој, во овој прекрасен амбиент на цркви, манастири, езеро, хотели и зеленило, се е како бајка".

— Содржината на написите за струшкиот туризам се инспирира повечино од непосредните набљудувања на мештаните и гостите во амбиентот на овој или оној простор во општината, односно во овој или оној угостителски објект, на пазариште, на улица, плажа и слично. Заков природ како да претпоставува доне

туризмот е онаа шанса за непосреден допир и слободна комуникација на мештаните со гостите. Оттука, се сугерира и едно општо воодушеввање на гостите од Струга, односно онаа спремност за гостопримство на домаќините и случаи кога и домаќините се внесуваат бар повремено во задоволството што ги има туристичкиот настан. Типичен пример за тоа се информациите за Хотелот "Бисер".

Во почетокот на сезоната обично се зборува за припремите на туристичките институции и општината во целина. На таа основа се констатира: струшките туристички работници од ефектите постигнати на стартот не се задоволни. Нестабилните временски прилики, малкуте сончеви денови, мошне неповолно се одразија на бројот на посетителите; во градот на Миладиновци се чувствува мирасот на летото и атмосферата на туристичката сезона. Низ улиците на секој чекор може да се сретне новодојдено лице, а бројот на шетачите во вечерните часови по чаршијата и кејовите на Црниот Дрим, се поголеми. Новата атмосфера е присутна и во рестораните на градот или околните туристички локалитети, на пазариштата, плашите... Во Хотелот "Бисер" поголем дел од гостите се странци - холанѓани, германци, грци и други, а ги има и од нашата и другите републики; во Заедницата на одмаралиштата "Црн Дрим" камповите на 28-те работни организации од нашата република во моментот се искористени со 80 гости; туристичката населба "Треска" кај селото Радожда, на дваесетина километри од Струга во почетокот на сезоната не е

целосна искористена; слободни места има во хотелот и Угостителско-туристичко претпријатие "Турист".

Нога сезоната навлегла во позначајни чекори веќе доаѓаат да изразат други становишта, оценки и импресии. Обете струшки плажи и главната и градската и таа помалата преку Црн Дрим беа до дупка полнисо капачи. Струга веќе навлегла во епот на сезоната во вистинско лето... Тоа се сеќава на оној чекор на улица, по дуќаните, на селскиот пазар, во вечерните часови по шеталиштата на кејот на Црн Дрим, а се разбира најмногу на плажите кои се песокливи, ... На автобуската станица е подзасилен сообраќајот; "Бисер" - оној објект не само што е најатрактивен во овој дел од езерото, туку и на самиот езерски брег, од Радожда па се натаму до Св. Наум. Сиот е завиен во карпите и мислиш дека карпите ќе го здробат, или пак дека тој карпите ги подтира за да не се струполат во езерските води... "Бисер" има свои два живота... Еден е оној преку ден, кога едвај се забележува дека тој живее, и оној вториот живот, бучазиот, кога што тој сиот е расплетен, осветлен, и гледан од езерото личи на некој огромен брод што плови; Радожда рекреира во тивка атмосфера. Сместена или поточно притисната од езерото и планината Јабланица, која се спушта се до самите езерски води, оваа туристичка населба гледана од далеку личи на големо крајезерско село. .. Во Радожда постојат неколку елементи за разонода - езерото, бистрата езерска

вода, свежиот планински воздух, прошетките со чамци по езерото, прошетки по планината која е густа и исшарена со дрва, играње нарти, шах и други игри, прошетки до Струга или блиското село Радожда и така секој ден.

Големи надежи се отвараат со градбата на хотелот "Црн Дрим" како и со адаптација, односно доградувањето на започнатите згради на Болницата во Калишта. Во таа смисла стои и проблемот со старото излетничко место "Шум". Гостите во Струга со задоволство ги истакнуваат предностите кога се летува во Струга и особено кога човекот се одмара во хотелот "Бисер". Во написот "Биљана езерски орфеј", новинарот на "Вевер", поетично пишува "Луѓето како магепсани забораваа на се, играа, пееја, скокаа, сите заедно и стари и млади".

— Туризмот на Преспанското езеро, преку населбата Отешево и Претор уште во пролетта најавува квалитетни услови на туристичкото лето. Така, во април под наслов "Заеднички акции на Претор" се информираше дека туристичкиот Претор го починуваат 45 работни организации од Скопје, Битола, Прилеп, Кавадарци, Ресен и други места од Републиката. Тие се оценуваше да направат се, "Претор да стане почисто, поубаво и попривлечно". Нешто слично се пишуваше и пред тоа за Отешево, ветувајќи поорганизирана разонода за гостите. Се планираше настапување на "учесниците од меѓународните републички манифестации што се

одржуваат во Битола и Охрид, меѓу посетителите во туристичките населби крај Преспанското езеро, особено во хотелско-туристичката населба Отешево, гостите да ги разонодуваат реиномирани оркестри, а повремено да настапуваат и популарни пеачи на народни и забавни мелодии". Гостите и посетителите често да имаат можности да ги следат настапите на музичката група "Ресенчани" која го негува староградскиот мелос од преспанското поднебје; дека поголемо внимание ќе се посвети на културно-историските споменици и природни реткости, дека ќе има можност да се следи работата на "Ресенската керамичка колонија", како и можностите да се прикажуваат преку летото филмови во Отешево и Царина.

Новинарот на "Нова Македонија" во јуни забележал: "Претор сиот беше вовлечен во себе. Луѓето бва скриени во куќарките, во своите одмаралишта и веројатно појадуваа или се подготвуваа како да го минат овој ден, што се сметаше дека ќе биде без сонце. Прашајте како минеме овде? ... Ефтино. Ништо не плаќаме за спиење. Сами си готвеме. Има пазар, има сајборбелуга и некако се снаоѓаме во самоисхраната. Само е досадно. Нема разонода." Во одмаралиштето на железничарите му рекле на новинарот "и добро и ефтино и лековито е овде. Само многу досадно. На Претор му се гледаат нови згради, урбанизација и нешто што е најважно асфалтни патишта, канализација и над се чистота". Нешто слично се констатира и од разговорите со гостите во Отешево и тие велат дека "под итно треба да се размислува за изгра-

ба на хотел од висока категорија што би ги имал сите придружни објекти... Вака како што е гостите можат да уживаат во сонцето, водата и воздухот, а да се жалат на ред други недостатоци." Во написот "Царина во сенка на Отешаво" се вели дека "железни-чарите ја забораваја Царина" - тие се главните гости на ова место.

Во јули и август кога веќе подлабоко навлегува сезоната весниците најавуваат една сосема друга атмосфера: Отешаво е полно со гости, сета отешевска плажа беше полна со капаџи по целиот езерски брег. Гости има од сите страни. Изненадува големата посета на гости од Сомбор. За разонодата на гостите се вели дека "прилично се успеело". Секоја вечер свират оркестар во ресторанот покрај плажата. А еднаш до два пати неделно настапуваат групи од уметници од Охридското лето, "Балканскиот фестивал", а ќе настапат и играорни групи од Илинденските смотри од Битола. Други разоноди не постојат освен прошетни по езерото или екскурзии по Галичица или до Охрид. Во Претор е најевтино летувањето. Нема друго наше езерско одмаралиште каде што може поефтино да се мине летувањето отколку во Претор.... Многу летувачи минат со толку пари, како да се во своите домови. Во тие услови се одржува "Преторската свадба", се одбира "Преторска убавица" и слично.

Преспа со своите населби уште повеќе се престава парцијализирано и читачот нема престава за целината на овој туристички простор. Ова уште повеќе се потсилува со

уверувањето дека едни населби се "во сенка на некои други". За забележувања е дека новинарите го виделе езерото, га виделе и туристите и нивните задоволства и тежоби. Но за жал, преспанецот како да останал сосема пострана обавувајќи ги своите земјоделски работи. Се добива впечаток како просторот на Преспа дека е некое место кое го окупираат околу педесетина работни организации од Републиката, феријалци, извиднички друштва и изобилни викенд-гости кои доаѓаат од блиските градови, Битола, Прилеп и други. Во сето ова малку се чувствуваат дури и аработените од угостителството, а камо ли луѓето што тука живеат како преспанци.

— Дојранското езеро со просторот на Стар Дојран се диференцира како посебна туристичка населба во која се карактеристични односите меѓу самите туристи, туристичките одмаралишта, летувалишта и слично. Оваа година се уверува дека значи пресвртница во туристичната органи<sup>за</sup>ција на ова место. Човекот од Стариот Дојран или пак од Новиот Дојран, човекот од гевгелиска општина како да се претворил во некој што треба да ги обезбеди само условите за своите гости, односно да ѝ го поклати така припремен Дојран на туристичките организации и туристи.

Веројатно многу карактеристични се импресиите изнесени во едно писмо до "Нова Македонија" од Атанас Ивановски

Станува збор за написот "Доживувањата на еден кампер во Стар Дојран". "Веќе 5 години, пишува тој, нанзад, редовно летувам во Стар Дојран. Се разбра во сопствена режија и во шатор. Првите години во "диви" и "полудиви" кампови со најелементарна организација... а другото кој како умел и знаел според својата камперска спрема ќе си обезбеди "комфор" за да ги помине пријатно планираните денови на ова наше убаво езеро со лековита и топла пријатна вода... На секоја страна се чувствуваше мирисаба и чад од "скара", огништа за подготвување храна и друго а за некој санитарен јазел неможе да стане нити збор. Значи, го имавме убавото Дојранско езеро како туристичко место, со доста голем прилив на домашни, а имаше и странски туристи, но без туристички амбиент."

Меѓутоа, на ова му дојде крај. Акцијата за уредување на Стар Дојран во модерен туристички регион, фактички почна уште минатата година. Организаторите беа упорни во реализацијата на своите проекти за изградба на Стар Дојран во модерен и современ туристички регион. Изградени се супермаркети, мини - маркети, ресторани од типот на самопослуги, сите "полудиви" кампови се исчистени, плажите и травњациите најпедантно уредени и одржувани и кулминација на сето ова е изграден нов авто-камп на принцип на една современа концепција со модерни санитарни уреди, кујна со шпорети и фрижидери, со парцијалисани плацеви, номерирано за секој шатор, модерен и



убав ресторан итн. Со еден збор сето ова искрено и играливо  
е автокамп само како што може да се посака и во овој регион  
каде што климата, поднебјето и водата не само што служат за  
рекреација, туку имаат и лековито дејство како што тврдат  
нашите и еминентни странски стручњаци."

Новинарот на "Нова Македонија" забележал: центарот на Стариот Дојран е изменет, добил сосем нова физиономија  
откако се пушти во работа новиот објект "Дојранско Езеро" кој со својата комплексност и монументалност му дава специфичност на градска населба на летувалитштето... Таму, во овој дел на Стар Дојран, се сместени и сите продавници за снабдување кои обилуваат со богат асортиман на прехранбени и непрехранбени производи, со богат салски пазар, со буренчилница, со ресторани и кафани, така што овде се одвива вистински градски живот кој го дополнува и позасиленото движење на патниците на автобуската станица... Во викендите г., г. е страшно во смот Стар Дојран.... Значи, Дојран со сегашните капацитети неможе да прими повеќе летувачи отколку во обичните дни. ... Инаку, Стар Дојран по викендите изгледа жалосно, личи како да минал низ него тајфун. Смет полн со губре и отпадоци, така што неделните излети, место да го унапредуваат го уназадурваат."

Анкетата на "Нова Македонија" спроведена меѓу гостите во Стар Дојран укажува дека: "Тука е тивко, мирно и пријатно и чистиот медитерански воздух Дојран го издвојува од останатите туристички центри... Благата клима, пред се топлота

вода и нејзината лековитост, на Дојран му претскажуваат убава перспектива.... Потребна е брза градба на модерни и современи објекти, како и урбанизација на целото дојранско подрачје.

Сум бил на одмор и во други летувалишта, вели еден од анекдотските раници, но Дојран е специфичен, ми се чини дека надлежните не обрнуваат доволно внимание на културно-забавниот живот во одмаралиштето. Па оттука и забелешките дека Дојран е претерано "мирно" летувалиште."

## 2. Планински туризам

Дневните весници преку летото изобилуваат со туристички содржини што го насочуваат животот на населението во Републиката. Кога се прочитаат написите како може квалитетно да се одмара на планинските висини, во онаа богата природна разновидност и изобилство на реткости, кога се изучат тие простори што квалитетно одмараат во еден здив и низ еден птичји поглед, кога потврно се изучи како се одмараат луѓето од градот и селото просто се всадува уверувањето дека одморот од човекот и дека секој простор има некои потенцијали што туристички го остваруваат човекот. Зборот е дека нема простор во кого неможе богато да се здивне и тоа просто да го препороди човекот.

Трагајќи по авторството на овие убавини, односно на оној што прв ги открил овие привлечни сили на одреден простор, природна раснош или радост, ние често наидуваме на луѓе и инспирации што си припишуваат улога во пронаоѓањето на одреден простор или во разоткривање на чарите што ги има одредено

место. Подлабокната пак англиза уверува дека вредноста на еден туристички простор ја разоткрива токму оној што прв постои станува. Оттука со право се мисли дека мештаните, тие што се привлекли се сродиле со убавината (со право би рекле дека е нивна). Во редот на причините, тука се и тие што го задржале во дадениот простор и што афирмирале поим за "родното место" и сета онаа носталгија што го мачи човекот кога е далеку од тие привлечности.

Сепак една работа е човекот, одделна група или населба да се напојават на некој свој врток на убавините што ги има природата и дури тоа да го чини со традиции, а се покажува и како нешто друго кога некои вредности на природата што со право ги сметаме за сиви стануваат интересни, привлечни и ги воодушевуваат луѓето од пошироките и најшироките простори и меридијани. Токму поради тоа и новинарите, а и тие што длабоко ги почувствувале задоволствата од одморот на некој простор со право се залагаат да ги пренесат своите импресии, да го осмислат доживувањето што го имале, односно да го популаризираат местото во кое минале или боравеле. Оттука, проблемот како да се пронајде нова туристичка содржина, но и како таа да се обнови, како да се комплетира за да донесе задоволство за тие што ја прифаќаат и на своја. Впрочем, постојат толку многу убавини што ги откриле само бројни луѓе и така мноштво задоволства кои или не ги знаеме, или пак сме непојини да ги доближиме.

Поаѓајќи од овие претпоставки се поставува прашањето како се одмараат нашите луѓе, што е онаа содржина што ја сметаат за туристичка, што е тоа што го пронашле како простор во кого квалитетно се одмараат, односно едноставно речено каде и како се одмараат луѓето од Македонија.

Написите упатуваат на планинските масиви во Македонија и притоа туристички информираат за Шара, Бистра, Пелистер, Голак, Осогово, Плачковица и други. Тие не внесуваат во селските населби што се богати со природа и природно и покажуваат на историското минато, на богатството од фолклорот и на другата народна симболика, го апострофираат оној интерес за враќање во родниот крај за да се повторно почувствува препородо<sup>7</sup> на својата младост, за да се апострофира угледот сред своите, сред својата куќа или винендица или да се донесат оние живи и се уште толи спомени што го карактеризираат животот и стопанството на тие простори. Овде особено се интересни селата на западна Македонија и нарочно тие покрај реката Радика, односно селата горе по мијачијата какви што се Галичник, Гари, Лазорополви<sup>1</sup> други.

Овој "препород" ги зафаќа сите села и особено е нагласен за тие што поради специфичностите на нашиот стопански развој се обезлюдиле. Сега тие се обновуваат, се дооформуваат за да со современите функции го адаптираат селото на новото време и на сите оние промени што настанале во човекот.

Има и две некои од нив да се претворат во комплетни летовалишта. За забележување е дека први кон тој повраток кон родниот крај кинисале пензионерите, но организирано и нивните внучиња со помош на различни организации, друштва народнокрајни спреси и низ социјални институции што го прифатиле туризмот како своја грижа. Поправките на куќите, градењето на викендици, адаптацијата на школото, на Домот на културата и другите градби за туризмот, станува масовна тенденција. Не се без глас и идеите за изградба на нови објекти какви што се хотели, летовалишта и слично, за да ја изразат типичната туристичка содржина на овие населби и планински простори.

Во нешто подруга ситуација се тие, коишто и самите создаваат некои вредности што можат да се осмислат и како туристички. Оваа идеја се однесува за она мноштво на вештачки езера што се изградиле во непосредната близина на поголемите населби. Тие всушност се наменати за акумулација на водата за да преку летото се наводнуваат земјоделските површини, односно поради енергетски цели, но затоа амбициите особено на месното население одат да ги остварат овие водни површини и како туристички. Ако се има предвид она мноштво на вакви езера во правосе дефинира Македонија не само како планинска, туку и како езерска земја. Така на пример, да го предочиме само оној галериј од езера што се оформил поаѓајќи од Скопје па се до Охрид и Преспанско. Почнувачки од Матка, од Мавровското езеро, Дебарското, Глобочичкото, Охридското, па се до Преспанското езеро и езерата на Пелистер. Романтичните кањони и елегантните протоци на реките што

ги исповрзуваат Вардар, Радица, Црн Дрим, Треска или пак понорите на Галичица со Билјанините вртоци, ја комплетираат хомогеноста на овој голем планински простор.

Од се она што се остварува по планинските висини особено се интересни две тенденции. Едната на населбите особено селските и во квалитетна смисла градот Крушево кои се носат со идеи и амбиции, со практични спреги и ентузијазам, докрај да ги остварат населбите како услов за квалитетен туристички боравак. При ова се имаат предвид и летниот но и зимскиот туризам, како и судбата на современикот со оние опаки болести на кои се уште му нема лек, па се претпоставува дека овој природен раскош со благотворното дејство може да го сочува, да го одбрани или да му ги залечи раните на современиот човек.

Втората насока се инспирира на она типично современио живеење, на развиената личност која бара да се остварува во секундарните активности и особено преку спортот, или пак во својот омилен хоби. На таа основа се осмислуваат некои нови населби што изникнале по планинските врвови, по богатите кории, крај природните реткости, во необичните кротки ритми на природата или просто на панорамата што отвора видици за да се засити со сочни перцепции во просторот. Карактеристично е Маврово, Попова Шапка, Пелистер и други што амбициозно се носат со уверување дека можат човекот што спортува, оној работен и полн со грижи и обездушеност да го донесат на тие висини, ако не подолго тоа барем за еден викенд за да можат комплетно да го освежат,

и така да му ги вратат силите и способностите, здравјето и свежината толку многу потребни за неговата работа и живот. Оттука и обидите да се таму лоцираат одмаралишта и летовалишта на работни организации или пак различни друштва, организации што во својата дејност предвидуваат и туристички активности. Масовната трка за вили и викендици стана мода и главен поем во социјалниот престиж.

- Угостителските работни организации од Тетово планираат да го повикаат активираат планинскиот туризам. Во таа смисла и организацијата "Нов живот" како водечка во општината има намера да изгради хотел и ресторан на Попова Шапка. Свртувајќи го вниманието кон овие природни убавини, она сака "регионот да го направи посететелен и попривлечен за љубителите на природата". Нелистите во засниците не внесуваат во благородста на оваа планина и оддално на панорамите што се отвараат во овој простор. "Од Попова Шапка северно води една патека кон Јелаќ, кадешто засега единствен туристички објект е Домот на "Тетекс"... Домот на "Тетекс" е секогаш полн со гости и ги прима под свој покрив излетниците кои тука можат да добијат јадење и освежителни пијалоци. На една чистинка кадешто патеката свртува кон северозапад се отвора величествен поглед кон Кобилица и напределите околу неа. .. На Лешничката река има неколку бујни водопади, потоа реката поминува низ еден теснец мошне романтичен за да се влие 200 метри подолу во Лана... Сите овие што овде престојувале се надвосмислени во трданието дека природната убавина е фантастична... Шар Планина особено

Лешница обилува со редок дивеч. Во неа и околните места има зајаци, срни, диви кози, диви свињи, па и горостасни мечки. Реката Пена карактеристичното Бело и Црно езеро, обилуваат со риба особено со пастрмка."

Брезовица се повеќе се афирмира како центар за зимски туризам и тука се извонредните можности за планинарење, лов на голем дивеч, спортски риболов и други. "Туристички гледано, велат стручњаци, Брезовица дури сега треба да биде откриена... Флората е богата со шумски и други типови на вегетација... Овде живеат животински видови кои од европскиот континент исчезнале - рисот, малиот и голем тетреб, потоа мечката, дивокозата, сивиот орел, орелот винач".

Попова Шапка е излезна од стагнација и натаму нема да биде исклучиво ориентирана во зимскиот туризам; туку изразито повеќе ќе се чувствува и во летната туристичка понуда. За "првите чекори" на селскиот туризам се вели дека покрај добрите патишта, електрификацијата и добрите сместувачки капацитети веќе се создаваат услови и за развој на селскиот туризам. "Па ова треба да се додаде и дарешливоста на природата такашто голем е бројот на местата што ги имаат сите можности да се трансформираат во атрактивни и привлечни туристички - патчиња... Од повеќе места да го споменеме Лешок... Особено многуте остатоци на бурното историско минато - од Леген град до денес тоа е вистинска воздушна бања, какви што ретко се среќаваат".



- За тие што го познаваат овој простор, поимот Маврово се осмислува не само со вештачкото Мајровско езеро, и со новите населби што нивнат покрај обалата, туку и со богатството на планинската природа. "Планината Бистра во Западна Македонија, несомнено претставува една од најубавите планини во нашата Република, затоа и таа го носи името - Македонска убавица". Бистра недоволно е искористена... На овие високопланински пасишта има околу 30 бачила кои претставуваат фабрики во кои годишно се произведуваат неколку стотици илјади килограми бело сирење, потоа околу 60 тони кашкавал, маст, урда...

Познато е во нашата земја, па и во Европа, дека најквалитетното јагнешно месо се добива токму од Бистра... Овде младите јагниња остенаваат од мај до август пасејќи ја сочната треба со разновидни тревни што овозможува добивање на најсочно, најкревко и најароматично месо... Овците на Бистра ќе останат 6 месеци, односно до 30 октомври, а потоа следува големиот марш кон топлиите краишта во Повардарието".

- За посреќето чешми и извори на Бистра постојат легенди и народни кажувања. Така на пример За Царевац се раскажува дека името го добил по тоа што во минатото тука доаѓале цареви на одмор и на летување. Според друго кажување до овде чешма стигнал султанот кој ги гонел Мијаците. Се раскажува исто така за чешмата Патиљаб од која според народното кажување секој што ќе се напије вода потоа ќе изведе наеднаш дури пет дена

На Бистра се наоѓа и изворот Шарен Пејко чии води одат во два слива јадранскиот и вгејскиот. Водата од овој извор е наречена Близна вода.

Од она што го оставил човекот во овој крај како свое дело на имагинацијата и способноста на умот и трудољубивоста се диференцира Манастирот Св. Јован Бигорски : "Во пишаните документи се споменува дека потекнува уште од 1020 година, а податокот за него датира од 1527 година. Со доаѓањето на Турците на Балканот тој бил урнат, а повторно обновен во првата половина од 18-векот односно во 1843 година. Најголема вредност на манастирот е неговиот иконостас кој по својата уметничка вредност се вбројува во редот на најзначајните зачувани споменици од таков вид во нашата земја. Иконостасот е работен 10 години (од 1830-1840). Обилува со разновидни фигури од светото писмо, а е изработен од резбарите Петре Филиповски од с. Гари и Макарие Ѓрчкоџски од Галичник чии ликови се наоѓаат на иконостасот. Освен по иконостасот кој ги одушевува посетителите, манастирот е познат и по фреските на источната купола, потрpezаријата со дрвен таван, а посебно внимание кај посетителите привлекуваат старите манастирски конаци.

Маврово како туристички комплекс се диференцира со сместувачките туристички и угостителски капацитети, како и со населбите со вили, викендици што ги направиле граѓаните на Гостивар, Скопје и некои други градови од Републиката. "Мавровскиот регион спаѓа во редот на ретките туристички локалитети

на нашата земја. Во секое годишно време Маврово е привлечно и интересно за посетителите. За него нема мртва туристична сезона. Чудотворната рака на природата брзо нескржаво истурила и оставила за секого по нешто. Бистрата вода на Езерото, зелениот нилим наливадите над кои се вишат елите и буните, благите падини на Бистра, живописната долина на Радина и изобилните ловни Кораб, многуте бачила на Бистра и Шара. .. Мавровскиот собир пред четири години беше домаќин на Балканскиот шампионат на скијање, годинава на Бистрата и брза вода на Радина во јуни ќе се одржи светското првенство на кајак на дива вода... кон крајот на јуни ќе се одржи Мавровскиот собир... а во јули "Галичката свадба" која на мошне впечатлив начин ги презентира на посетителите свадбарските обичаи на Мијаците.

На преден план во овие написи за овој крај се истакнува развојот на селскиот туризам. Во таа ориентација сè едно место зафаќаат селата: Лазарополе, Галичник, Битуше, како и другите села покрај реката Радина. Така се пишува дека "монасите во манастирот Јова Бигорски, се во фаза на адаптација, а по прекрасните ливади на неговата близина се забележуваат туристички центри. Туристичкиот талас ги зафаќа и околните села во кои голем број куќи се подготвени за прием на туристи. Богатите фолклорни традиции на овој крај веќе ги надминаа рамките на Југославија како што е "Галичката свадба". Дописниците исцрпно ја зборуваат за Лазарополе, и за враќањето на 60 пензионери што намераваат

да останат поголем дел од годината, за уредувањето на центарот на селото со самопослуги и други дуќани, за асфалтирањето на патот, за формираниот Одбор за заштита на културно-историските спомени во селото и на тоа слично. Вакви информации имаме и за селото Галичник и притоа се апострофира иницијативата "мртвото село" (населението мигрирало) повторно да заживее. "Луѓето ги зафати треска на санација и изградба на нови летни викендици... Преку обезбедување на туристички поволни кредити сите сопственици на куќите би ги довеле во првобитна состојба.. Галичник мора да остане она што бил. Новото се вклопува и то, се почитува историското, да се негуваат народните традиции, фолклорот, песните и ората, галичката носија и друго. Само така Галичник ќе остане интересен за домашните и странските гости".

Во записот за Битуше се вели дека е тоа познато како село на учители и место на првата печатница во Македонија. Процесот на миграње во последните дваесетина години го зафати и ова село, но тоа "го продолжи своето живеење". Во селото не постои запуштена куќа, старите се реновираат, а секоја година се градат и по неколку нови. Сепак она што го издвојува ова село е неговата внатрешна и надворешна архитектура, онаа развиена урбанизација со решенија што и сега воодушевуваат. "Местоположбата на селото, а особено оригиналната и автентична стара селска архитектура на куќите беше предмет на расправи и на последниот одржан научен симпозиум во рамките на Бигорските научно-културни собири... Во Битуше интересни се трикратните

куќи, внатрешниот амбиент на куќите, калдермисаните сокаци, положбата на оние стотина куќи во подножјето на Ќрчин. Зошто не треба да се заборава и тоа дека Битуша има извонредна место положба која треба на селото да му донесе и туристички перспективи.

- Општо е верувањето на битолчани, а и на стручни и научни работници, експерти на ОЕЦД дека "иднината му припаѓа на Пелистер". Имено, на Пелистер, на пунктовите кај селото Нижополе, Ротино, Цапари и на другите места треба да се подигнат хотелски капацитети со максимален дострел од 5.700 кревети. Просторот кај Нижополе се планира за планински, односно за зимски туризам, а кај Ротино и Цапари ќе биде сместен рецептивен центар за летен стационарен туризам.

Во времето на годинашнава туристичка сезона во планинскиот дол "Бегова чешма", летуваат туристи од повеќе градови на Македонија. најмногубројни бва од Скопје, Т.Велес, Штип и Навадарци. Летово, како што е предвидено во Детското летовалиште на Пелистер во четири смени ќе летуваат над 1.200 млади летувачи, ученици од Републиката и земјата. Во летувалиштето сепогаш е весело, песната игрите и ората им се секојдневна преокупација. Живеат сложено и безгришно иако се далеку од своите домови и родители. Во последно време убавината на Пелистер привлекува голем број туристи, моѓутоа, стануваат и места каде што се одбележуваат најсвечони животни церемонии. Така се почесто се забележува кај Бегова чешма

и во Детското одмаралиште да се прават свадби, одржуваат матурски свечености или пак некои други јубилејни прослави.

Информациите за Битола покажуваат на неискористените туристички можности не само со Пелистер, туку и со античкиот локалитет Хераклеја. Линкестис, многубројните културно-историски знаменитости и останатите природни убавини можат да привлечат повеќе посетители. Битола се уште е без туристички водич и остануваат за посетителите незабележани неговите културно-историски споменици. Станува збор за архитектурата со разновидни стилови, вгзотичната ориентална чаршија, зградите и улиците во кои живееле некогаш важни личности или биле значајни институции на минатото - културното значење на Широкиот сокак и на настаните што тука се одиграле во блиското или далечното минато. "Битола не умее да ја искористи својата присутност и во врата на сепосилниот туристички бум, да се вклопи во меѓународните големи предизвици за "гладните", културни номади што нрстосуваат ширум земјините меридијани, во потрага по нови атрактивности и доживувања".

Општинскиот Сојуз на синдикатите во Битола во почетокот на летото спровел анкета да види колку вработените од битолските организации на здружен труд ги користат годишните одмори, колку внимание им посветуваат на неделните одмори и на тоа слично. Од резултатите се видело дека одморот зависи многу од материјалните можности, дека поголемите стопански организации имаат свои одмарлишта во Охрид, Преспа и на Пелистер, а не е мал бројот и на оние што практикуваат

да земат објекти под наем. Во овој контекст се истакнува дека од 180-те организации на здружен труд од стопанството и преку 70 нестопански организации од Битола што имаат 22.000 работници неможат да обезбедат одмор во одмаралиштата на работните организации зашто во нив можат да летуваат само 450 во една смена. Работниците тврделе дека поради недостиг на сместувачки капацитети "престојот во летовалиштата обично е ограничен од 8 до 10 дена што е сосем недосолно <sup>1</sup>завистински одмор".

- Граѓаните од Источна Македонија туристичките содржина и перспективи ги гледаат во планинскиот туризам на Плачковица, Голак и Осогово. Другите можности се откриваат од граѓаните на Радовиш, Долчево и Крива Паланка по тојот на реката, во своите базени или во одредено туристично-угостителни објекти во градот.

За луѓето од Пробиштип се информира дека можност за одмор имаат во Олипискиот базен, кадешто уште рано во утринските часови се оди на Раката Златовица, односно на нејзините "златни песоци". Радовишани повеќемина со една нога се на нива а со другата на работното место, а нога ги користат годишните одмори постојано се на своите ниви. Да не забораваме, воли дописничарот, дека во оваа општина околу 5.000 домаќинства се занимаваат со одгледување тутун што претставува 90% од вкупното население... Ни една од 40-те работни организации нема свои летовалишта". Но сепак има информации дека во август "закинала последната група од 65 деца на летување во Детското одмаралиште

на Плачковица - Во Плачковица минуваат во прекрасни услови за одмор кој е исполнет и со атрактивности и со разонода.

Граѓаните од Делчево, туризмот го откриваат на планината Голак, односно на туристичкиот комплекс што е одалечен 10-тина километри <sup>од</sup> Градот. Надморската висина на локалитетот се движи од 1.260 до 1450 метри, а објектите се сместени во една неверојатна питомост и убавина сред густа борова и букова шума... Основното го дала природата која овде се покажала како голем дарешливец. Комплексот обилува со недогледни шумски пејсажи, чист воздух, здрава и студена вода за пиење и многу сонце. Во деновите на ведро време од Голак се пружа максимално широк видик кон Кочани, Веница, планините Рувен и Пирин и кон Калиманското езеро. Делчево кое сега се издига во наш индустриски центар во Источна Македонија, во кое работат и се градат нови индустриски објекти и во чија општина е рудникот за цинк и олово "Саса", според планирањата на овдешните политички фактори ќе оди и кон тоа да стане и нов туристички центар.

Граѓаните од Кочани, и Крива Паланка се свртени кон Осогово и притоа ги имаат предвид манастирските конаци на "Јоаним Осоговски". Објектот датира од препородот со свое историско и културно значење. Манастирските конаци "се инану омилено место за излети и на кривоаланчани... Манастирот располага со 8 згради од кои 5 се конаци и во нив може да се живее. Тие вистински се предодредени за туристички комплекс



во прв ред за развивање на планинскиот туризам. Ночанчани на Осогово се сартени кон спортско-рекреативниот центар на планината и кон Детското летовалиште. Во весниците тие информираат за пристигнување на децата во летовалиштето, за тоа дека во центарот веќе летуваат планинари и членови на Смучарското друштво и слично. Организаторите на овој центар се погрижиле на посетителите да им овозможат убав престој на планината Осогово, на спортските терени, богат спортски живот, просторни сали за разонода, шах, пинк-понг и ползување на подрачната библиотека со над 1.600 книги што се сопственост на центарот.

- Крушево е градче кое стои на 1.300 метра надморска висина. Токму заради тоа и написите за крушевскиот туризам обилно почнуваат вака: "Во убавото планинско Крушево" "Во градчето под коријата", "Како климатско-планинско летовалиште", "За сите што престојуваат во највисокиот град на Балканот и слично. Задоволствата се гледаат низ шетањето по Крушевската корија, во организираниите екскурзии за кои често се употребува изразот "воздушно купе".

Туристичката содржина Крушево ја разоткрива нивната младата борва и занесаната букова шума. Гостите ги привлекува малото Крушевско езеро кое од сите страни е заобиколено со цветни ливади, а во непосредна близина се наоѓаат стеблата од високите борови и букови шуми. Во Крушево особено многу привлекува неговото прочуено и славно минато, а во тој контекст се апострофира и спомениот споменик "Илинден". "Во ова високо бетонско

Јадро се прикажани симболично најзначајните етапи од историјата на македонскиот народ (Тоа се четирите галерии со релефна пластика низ кои е изразен периодот на Преродбата, Илинденското востание, Народноослободителната борба и слободата".

Во Крушево имаме одмор во столетната питомија, а хотелите "Илинден", "Панорама" и "Монтана", во Детското летовалиште во приватните околу 3.000 легла може да се оствари квалитетен одмор. Написите ја истакнуваат големата гостопримливост, она традиционално гостољубие на Крушевчани. Токму тоа е рекано главниот услов Крушево да го бара сасето место во туризмот. "Природата дала, а човекот тоа богатство го облагодиродил, создал услови градот да живее туристички и да егзистира од туризмот".

Надежите на крушевчани се свртени кон отварање напатот за Демир Хисар, кој како што се слуша овде бавно се гради и така постои страв дали тој и до година ќе биде готов. Исто така се мисли дека иднината на крушевскиот туризам многу зависи од туристичките агенции кои честопати се во спротивност со интересите на крушевскиот угостителски домаќин.

Ова романтично место особено е посетено во викендите. Десетици лесни коли од Скопје, Т.Велес, Битола, Прилеп, Цавадарци и други блиски населби се упатуваат кон Крушевското езеро, каде под шатори убаво го минуваат одморот. Сепак и покрај сето ова еден новинар им префрла на угостителите за она нивно наивно поимање на туризмот, кога спрјата иднина ја сведуваат на она "ако". Значи, пак времето причина за убав или лош промет".

### 3. Бањски туризам

СР Македонија изобилува со многу минерални води како и можности за интензивен развој на бањскиот туризам, поточно здравствениот. Тоа секако може да делува како превентива за разновидни заболувања, како летовалиште, или како можност за брзо опоравување после болест. Во историјата на туризмот се знае дека токму лековитите бањи, овие минерални извори биле едни од најстарите институции на угостителството. Оттука и природно нашиот интерес е свртен и кон природата, кон институциите што се ослонати на таа природна ретност и воопшто кон можностите што ги иницира токму таквата природна предност на Републиката со богатството минерални извори.

Интересот за бањите се апострофира и како голема потреба на современиот работен човек и човекот од нашето време и индустриски услови, бидејќи некои болести постојано го пратат во оној интензивен индустриски развој и во ова модерно темпо на производство со зголемени амбиции за продуктивност. Многу од тие заболувања, од кои некои се доста масовни и обично професионално условени, условени од работните услови или од наследната конституција според медицинската наука и народното искуство успешно се лекуваат во одредени минерални извори, односно во одредени бањи. Впрочем, токму бањите се тој изразит пункт каде така исцело се среќава туризмот со здравството, а економската компонента со социјалната и стопанисувањето со медицинската

наука. Ова го апострофираме како особено значајно бидејќи во сегашниве амбиции и во новата визија од развитокот сакаме туризмот да го видиме организиран и како одделна "репродукциона целина".

Ова лето доста често се пишувахе во весниците за бањите со задача да се видат во дадениот амбиент, во својата организација и функција и наслутат нивните перспективи. Вршејќи ренапитуалација на туризмот во првите 6 месеци од годинава се видеа дека "најголем пораст на остварените ноќевања од сите туристички места во Републиката, бележат бањите. Во 6 месеци од годинава остварени се 45.055 ноќевања или 31,3% повеќе од истиот период минатата година! Ова му сугерирало, ноќ на "Вечер" во насловот да го истакне фактот "Скопје како бањите".

- Во Натлановската бања се чува една камен-плоча на која Хафаз Мухамед Паша во 1317 година напишал: "Пред нас е вистински и чист врток. Нека повелат гостите да ги измие". Бањата е сместена во прекрасната долина на Пчиња оградена со густа бодликава шума, таа пружа широкости за одмор и рекреација со водата што е лековита за поголем број заболувања. Во написите со раскошни слики на бањата се информира дека "годинава бањата ја посетиле и поголем број странски туристи што во минатите години не беше случај. односно дека, Натлановската бања е преполна со гости. Се е зафатено".

Бањата работи најмногу врз основа на спогодби постигнати со работните организации со рудниците од Златово и Саса, со "Комуналец" од Скопје, Градежното претпријатие "Зитон" "Силика" од Гостивар и др. Интеграцијата на бањата со Градската болница од Скопје треба да го забрза отварањето на Центарот за смалување на килограми, "За кои постојат надзи со апарати за подводна масажа) мини голф, трим патеки и слично.

- Дебарските бањи, Бањиште и Носоврашката бања, се наоѓаат во подножјето на планината Крчин во непосредна близина на Дебар. "Во последниве неколку години Дебарските бањи максимално ги користат капацитетите. Со капење во бањите со радиоактивна термо-минерална вода и со пиење на вода успешно се лекуваат сите реуматични заболувања, кожни болести, детска парализа и разни воспаленија и хронични заболувања. Со пиење на термо-минералната вода се лекуват сите болести на органите за варење, мочните канали, жолчната кесџа и дишните органи. Минатата година во Дебарски бањи престојувале 12.000 гости со 67.000 ноќевања. Исто така во бањите се лекуваа 1.500 професионално заболени работници".

- Каторската бања крај Гевгелија "не се забележува се додека не се најдош во нејзините пристапи. Сета е обвиена речиси потекота во зеленило... распоредена меѓу дрвјата густо сенки, цветни алеи и патеки. Гости имааше, известуваат нашиот народ од сите страни, Најмногу од Прилеп, Битола, Скопје и други места.

Во бањите се лекуваат многу болести: ревматизам, ишиас, разни женски заболувања и друго. Уште од најраните утрински часови пред изворите се собираат голем број луѓе и до доцна во нојта ги полнат со вода шишињата и балончињата. Пиењето на оваа вода покрај тоа што врши неутрализација на киселините во желудникот, многу помага во лекувањето на стомачните болести, особено на камен во бубрегот. Затоа не е ништо чудно вели новинарот, што летовалиштето е преполно со гости.

- Нумановската бања односно бањата "Вруја вода" кај селото Преваци однога се изгради хотелот "НУ-БА" се измени ова банско-туристично летувалиште, туристичкиот комплекс се обновил и стана не само место за лекување од разни нервни, кожни и стомачни заболувања, болести на крвни садови, регулирање на крвниот притисок, туку и многу пријатно место за одмор.

- Ночанска бања. "Пред нас, пишуваат новинарите, стоела една руинирана зграда, ѕидана со плитари, речиси од паметивека, заобиколена со некаква си ограда, а во дворот имаше нафрлено толку губре, та не можеше да одбереме место каде што може да се нагази парче земја без губре. Бањата ни ја упропастија (рече некоја жена од селото што го носи името на бањата) Никој ѝа неа не води сметка, ниту динар не е даден за неа, туку само се зема пари. Некогаш овде имаше по 700 гости, а сега ниту третина. Во бањата беа насобрани кутрите бањачи, гостите, болните од ревматизам, ишиас, се стари луѓе со изветена снага, главно луѓе од селото".

Надвор зад бањата е селската чешма. Од чешмата бликаше вода а на селското корито имаше многу жени и тука се перва алишта, се по<sup>а</sup>чеше вода во стомни и разни други садови. Доста критики се упатени на адреса на покровителот, на заштитникот на ове бања, односно на Здравствениот дом од Кочани.

- - - - - За бањите во Банско, во па-  
зувите на Беласица, "Нова Македонија" пишува во три наставици  
за да каже дека таму останало "се постаро и полошо од некогаш",  
дека е "неискористен дарот од природата" и да на крајот пак  
новинарот се праша "каде се бањите во Банско".

Во Банско се совпаѓаат два многу важни елементи  
лековитата вода, значи банско лекувалиште и свежиот планински  
воздух што се дотура од густите шуми на Беласица, што пак значи  
планинско летовалиште. Минералните води ги користат за затоп-  
лување на оранжерииите и тука си ја нашле сета оправданост за  
користење на овие води. Освен тоа во атарот на бањата има  
лоцирано стотина вилчки на разни организации и на приватници  
во кои кампуваат стотина души. Домајинот на бањата, велеше  
"никој ништо не ни плаќа". Во бањата има неколку павиљони,  
потоа хотел или вкупно 150 легла од кои повеќето не одговараат  
на минимум од потребита.

Водите ги грабнале оранжерииите... Но многу  
болни и главно оние со плиток џеп во потрага по лек за својата  
болка се принудени и во вакви услови да живеат, само да најдат

лек. А во Банско, бања која е позната по својата лековита вода се лекува зачеток на туберкулоза во коските, чир во стомахот, јетра и женски болести."

- Тетовската бања - Хисар. "Пред се во оваа месност се наоѓаат 5 извори на минерална кисела вода... Жителите на околните села посочуваат безброј случаи на излекуван добиток. Тие доведувале тука во ливадата на пасење болни коњи кои ги напојувале со вода од изворите и според нивното тврдење по неколку дена оздравувале. Се тврди исто така дека водата особено помага за болки во желудникот, а многу мина се фалат дека тука се излечиле и од некои кожни болести.

Вистината за ова беше потврдена и во Медицинскиот центар во Тетово, меѓутоа, тука укажуваат и на еден друг ризик. Имено, велат дека понекогаш се појавуваат и некои досега неиспитани гасови кои можат да предизвикаат и дури човечки жртви.

#### 4. Транзитен туризам

Еден од трите главни услови за развиток на туризмот покрај угостителството и трговијата секако е и сообраќајот. Без развиени комуникации и современи средства со кои го совладуваме просторот неможе да се смисли туризмот и промената наместото за постојанен боравак. Многу индикации уверуваат дека сообраќајот, неговата брзина и комфор, квалитетот на патната мрежа и организација на тие главни туристички сообраќајници,



станува пресуден чинител во туризмот. Во прилог на ова оди квалитетната опременост на современиот турист кој често и се почесто оди на одмор со своја кола, приколка и друга опрема за привремен боравак во некако туристичко место. Впрочем, нагласката побрзо да се побегне од една средина, односно што побрзо да се стигне во некоја друга туристичка, навиката да се биде подвижен во животот, во многу услови и одморот да се поима динамично. Оттука, уверувања дека транзитниот туризам станува доминантен, особено за простори што имаат развиени комуникации, за услови што се магу големите туристички регии и центри. Сепак за таков простор се смета СР Македонија која се наоѓа меѓу Јадранското, Егејското и Црното Море. Оттука, ориентација кон морето и при одевњето и привраќањето од одмор, обично не може да ја мимоидува СР Македонија и нејзините туристички центри.

Сепак, главнината на написите уварува дека "Скопје со својата централна местоположба на Балканскиот полуостров на туристичката карта на овој дел од Европа, има посебно значење. Со своите убаво уредени транзитни комуникации, културно-историски споменици, убави предели за рекреација, како и поголем број сместувачки капацитети во хотелите, мотелите и камповите, даваат можности на секој турист да доживее пријатни и незаборавни моменти од престојот на градот на Вардар".

Резултатите од седум и пол месечната туристичка сезона, покажуваат

ваат дека "Скопје го посетиле 143.000 домашни и странски туристи... Со своите сместувачки капацитети остварило околу 264.000 ноќевања." Исто така се очекува дека и девизиот прилив по сумирање на резултатите на крајот од годината ќе биде поголем од минатогодишниот. Особено ако се има предвид дека и годинава најмногубројни бва туристите од конвертибилното подрачје.

Во Т.Велес исто така констатираа дека е "забележителен транзитниот туризам". Во таа смисла се вели дека "овој лето е прекумерно движењето на патната магистрала покрај Т.Велес. Оттука, како што е познато се раскрстуваат патиштата за Источна Македонија, потоа кон југ и запад. .. Т.Велес од секогаш бил привлечен за гостите, особено за автотуристите, но само на поминување на една глетка од колата во движење. .. За мал, гледаме како од рака ги испуштаме гостите, а од тоа нема ништо потешко за вистинскиот угостител".

На граничниот премин кај Богородица "Вриеж од луѓе и коли. На ден границата ја минат по 60.000 патници и 15.000 коли. По процена на граничарите

од Македонија отишле повеќе од лани, нешто над 100 илјади души. Со еден збор, Грција годинава не можеше да ја прими и задоволувачки да ја опслужи поплавата туристи од Европа.

Поаѓајќи од ова сознание за оптеретеност на оваа оска на сообраќајот, како и од движењата што се остварени

во Западна Македонија, која е своевидно продолжување на Јадранската магистрала, проблемите на транзитниот туризам стануваат доминантни, веројатно и пресудни за натамошниот развој на туризмот во СР Македонија. На таа линија секако се идете за изградба и реконструкција на повеќе железнички линии, развие на програма за авионскиот, возниот, и автобусниот сообраќај и сл. Новинарите исцрпно информираат за тоа дека Скопје се поопалитетно ги дочекува своите гости кои одседнале во камповите, каде се почесто се среќаваат странци. Низ сите написи обично се апострофираат можностите за кампување низ нашата Република и притоа одделно се зборува за камповите во „Матлаково“, „Бели“, „Турист“ и „Парк“ во Скопје, за кампот „Младост“ во Т.Белес, за кампот на „Инекс“ на Вардар во Гевгелија, како и за камповите „Елешец“, „Градиште“ и „Андон Дуков“ во Охрид, односно за кампот на „Црн Дрим“ во Струга, за „Стар Логор“ во Оташево и сл.

Во спешната спрега да се излезе во пресрет на се поголемиот број транзитни гости, Скопје презема многу покомплексни мерки. Така Фабриката „Тресна“ ги рекламира своите приколки и особено новата приколка „Марина“. Се сугерира на камперите да се одлучат за шатор или приколка, се рекламира „Олимпиското село“, се објавува дека не се усидри брод на Вардар. Како и многу други нешта, на пример за тоа каде треба да се наполнат кампинг-боците, каква треба да биде авто-фризурата, и на тоја слично.

Туристичкиот сојуз на Скопје организира илтривари за најдобрите цвеќари од Републиката. Веројатно во при-

на тоа е најкарактеристичен за ова лето "Караванот на лалето" кој појде од Холандија и низ сите републички и покраински центри се задржа во Скопје за да се упати во Охрид, во Холандскиот парк. Таму бва засадени лалињата со сите церемонии што му долинуваат на збратимените градови Охрид и Катвијк.

##### 5. Туризам на нашето море

Туристичките новинари гледат и туризмот на Јадранското море и особено се задржуваат на места наде отседнале или би биле интересни да отседат луѓето од Македонија. Во весниците се пишува изразито многу за Црногорското приморје, за Дубровничката или Макарска ривиера и доста се апострофираат островите на Јадран како места во кои пријатно може да се летува. Информациите се однесуваат и за Ривака и за туристичките нејзини рекорди, или пак само за нејзините пансиони. Содржината на написите ја зафаќаат целата обала со онаа разгранетост на туристичките места, односно низ информациите се доближуваат сето она што станува на целата Јадранска магистрала.

Основна претпоставка е дека човекот од Македонија е многу заинтересиран за туристичките можности што ги има нашето море, дека тој се информира за местото во кое се уште може да отседне, наде можат да бидат прифатени; за тие што се релативно поевтини услови за одмор и во тој контекст за тие што се релативно поблиски. Овие претпоставки биле секако основа на написите за туризмот на Јадранското море. "Немаме точни

податоци, но при прошетката се здобивме со впечаток дека најмногу Македонци има во Улцињ, Суто Море и Петровац на море. Нолку одима понагоре ги има се помалку, зашто далечината е навистина огромна. Да се стигне до Сплит, да речеме треба да се поминат околу 1000 км!

Нога се прочитаат насловите во весниците се добива една општа слика за тоа што и како се пишувало ова лето за Јадран: За Улцињ и од Улцињ; Пријатно летување во Омишката ривиера, Распеана Будва; Што е сон а што јаве во Будва; Чањ - туристички град; Во Петровац на море како во мравјалник; Тиват - најубавото место на Которскиот залив; На Црногорското приморје најевтино во Улцињ, На Црногорското приморје привлечно и убаво и слично. Написите уверуваат дека Скопје станало публицу до морето, однесно сугерираат како побрзо да се стигне до островите на Средниот Јадран.

Информациите од весниците зборуваат за она што се изградило во дотичното место, за она што се планира како и за моментната состојба во сместувачки капацитети, за сообраќајните врски и особено за снабдувањето, цените и особено за она што е поевтино. Се чувствува дека новинарите претпоставиле извесна "искомплексираност" на нашите луѓа кога годат со помалку средства на одмор и особено тоа доаѓа до израз кога се најде на капацитети што се полно или преполни со странци. Освен тоа, поретко новинарите известуваат за поединци и групи, на пријатели и роднини што пошле на одмор на море, а повеќе информираат за

организирани групи дојдени преку туристични организации, за работните организации од Македонија што имаат свои или прифатиле услови на некоја туристичка организацја, како и за организации и друштва што имаат туристички активности. Во прилог на ова среќаваме обично вакви наслови: Работниците од "Тетекс" на летување во Будва, Прилепските ученици во Котор; 200 рудари од "Саса" на одмор во Суто Море; Младинците најмногу ќе летуваат на море; Младите го сакаат морето; Текстилците (од Крива Паланка) на море; Работниците на бесплатен одмор, и сл.

Треба да се апострофира и тоа дека во написите често се предпочуваат проблемите што ги иницира туризмот, како специфичен стопански и општествен однос. Има доста статии што се посветени на туристичката пропаганда и реклама за да се покаже колку зафаќа посредникот што ни ги праќа гостите, особено ако е тоа претставништво од некоја страна држава, или за трошоците што се прават по Европа, за да сенајдат гости. Многу значајна е идејата туристичката реклама да се прави во својата земја и дури на самото место, во оној квалитетен ек на туристичкиот сезона. Оттука, и идеи да се трогир изрази преку "Интернационалниот фестивал на модата", да се на него повикаат новинари од нашата и особено странци, да се организираат квалитетни изложби карактеристични за Југославија и за модерните струења во уметноста, (изложбата на Генералиј), да се организира Симпозиум на тема: "Што поедноставно, ефтино и естетско облекување на современиот човек" и слично. Уверувањето е дека "Дубровник ги

има Игрите и со нив стана познат во целиот свет, а нив велат во Трогир, го имама Фестивалот на модата и тој треба да не рекламира исто така во целиот свет.

Туризмот е сложена и дејкватна појава и бару единствен настап на пазарот, усогласени односи со општината, за да не може согласно на сесите општи потреби да ја оптеритува туристичката такса. Туризмот се вели во написите, отвори нови проблеми." Така, сега се са почести кражбите, шумските пожари, недозволена рибарење, службите на лучките капетани бараат се посовремена и модерна опрема и слично. Тој поради тоа и во тој контекст се отвораат прашањата "кој ја собира рентата на Јадран". Од ВУС се пренесува дека "Во Улцињ има околу 40.000 туристи, кои се туркаат во неправедните улици, а нолку пари летоза ќе се соберат во целовите на граѓаните на Улцињ". Замена во целина многу написи унажуваат на потребата од темелен преглед во нашата туристичка политика.

#### 6. Место заклучоци

Собирот на угостителството и туризмот во БР Македонија, ја афирмира и се заложил за "репродукциона целина во туризмот". Бва секако е резултат на едно подлабоко разбирање на туризмот (а на негово поистоветување со угостителството) како појава во која учествуваат мноштво чинители. Оттука, и можности туризмот да се афирмира и компонира во практиката како мноштво спрега на степенските граници, организации и актив-

ности. Впрочем, "развојот на туризмот претставува интерес на сите оние кои учествуваат во дефинирањето на неговата туристичка понуда и реализација".

Теоретски и во договорувањето и самоуправното спогодување "постојат сериозни тешкотии во врска со <sup>опре</sup>делувањето кои стопански субјекти треба да учествуваат во формирањето на репродукционата целина во областа на туризмот. Зошто, ако туризмот е атрибут на целото стопанство, тогаш и сите стопански субјекти што посредно или непосредно учествуваат во туристичката понуда треба да обезбедат реално програмирање и <sup>на</sup>развојот и квалитетно извршување на туристичкиот промет". Оваа тешкотија сигурно не треба да се хипертрофира од простата причина што туризмот е таква појава што е многу еластична во својот модел на остварување, разновидна а во квалитетот на понудата, секогаш со развиена скала за вреднување. Оттука, едно е она принципиелно теоретско барање сите да учествуваат во практиката на договарањето и остварувањето, а се покажува во извесна смисла и како нешто друго, оние можни модификации што ќе настанат од степенот и квалитетот на учество на овие или оние стопански субјекти. Зборот е дека токму таа тешкотија во дефинирањето не се преовладува со формална согласност и дури со инвестиционо учество, туку значи процес во кого секоја организација согласно својот интерес и можностите, се повеќе ќе се изразува во една се попотполна и поразвиена репродукциона целина на туризмот.



Како илустрација на ова становиште само да поменеме дека туризмот не само што е стопанска, туку е и во општествена појава и сосем логично општествените институции и научните и културни дејности да бараат се поголема влијанца во изворот или моделирање на туристичкиот модел. Дури може да се рече дека не постои стопанска дејност, а уште поважно ниту неговата репродукциона целина што нема своја и друга општествена страна, и во тој контекст самоуправна основа. Сва го услужно трудот како важна категорија на општеството и особено специфичноста на туризмот во кого може да загосподери така суверено автоматизацијата како во другите сфери, зашто се во прошлите денови што ги викаме не само "туристички работници", туку и туристи за кои се залагаме да останат основните вредности и да ги задржиме и натаму уверувањето дека "гостите се секогаш во право".

Кога станува збор за репродукционата целина во туризмот тие неможеат да останат само на едно или друго ниво, (Сојузно или републично), туку мора да се изразат на ниво на регијата и општината, па дури и во сплетот на одредената појина што ја дефинираме како туристичка или како конкретна политика, како сеопшта спрега во комуната и населбата, во komponираното и остварувањето на туризмот. Сигурно ваквите цели го донесуваат реалниот систем на односи и во општеството и во стопанството, но овде задачата е пред сè тие да го развијат туризмот не само како угостителство, спрега на угостителството, трговијата и сообраќајот, (како што се почесто се дефинира), туку и ниту

пошироко со мноштво и со сè поголем број стопански субјекти, односно со сеопшта спрега на сите општествени институции.

Кога пак од овие развивни Концепции се погледне на реалните критики што сме ги улатиле на угостителството и туризмот и самата туристична појава во целина, можеме и самокритички да видиме што во оваа нова етапа - "Трета етапа од развитокоот на туризмот" се носи како нешто ново и колку тоа дава можности не само за целосно согледување, туку и за развивна спрега во решавање реалните проблеми на туризмот.

Пак за илустрација да наведеме само неколку такви констатации што сме ги читале во весниците: "Трговијата не го прати туризмот". Истото може да го речеме за сообраќајот, патен, железнички или воздушен, да го речеме повеќе или помалку за сите субјекти во Југолавија, во Републиката, или за конкретната комуна или населба, кога ја критикуваме за нејзиниот изглед, надворешен и внатрешен, за нејзината функција, за квалитетната услуга или за пратечките површини наваленило и слично. Веројатно сега можеме да речеме колку биле парцијални едnodимензионални тие наши критики. На пример, можеме да ги поредиме бар насловите на некои карактеристички написи кои можат нешто да значат, но кои можат воедно и ништо да незначат: **Над 50.000 гости; Добра туристичка жетва; Поволен тренд на домашниот туризам, Десет отсто повеќе туристи; Туристичкиот промет поголем за 8%; Од туризмот 3.270 милијарди динари; Илјади десет илјади кревати, Милијарда долари од туризмот и слично.** Кога ова се упати на читателот и се добро намести на страната намената за стопанство и притоа се

истакне со големи масни слова, тогаш и тој а и ние што ја су-  
герираме информацијата живеаме со некоја илузија дека нешто  
сме си соопштиле, ако не и дека сме ја кажале најголемата  
вистина. Новото поимање во туризмот укажува дека не е се по  
бројот на гостите, леглата, не е само во парите со кои сме се  
здобиле, ако нив сме ги пратиле со својот образ или со угледот  
или со она што сме го загубиле својот традиционален гостин.

Сепак, овие и исти насловии од весниците покрај  
насловот што го истакнуваат како звучна фасада рекла нешто под-  
лабона, иако со ситни слова: успешниот физички обем на прометот  
нема да го има и адекватниот одраз врз финансиското работење;  
дека проблем преставуваат непокриените инвестиции; дека хотелс-  
ките работници бараат туризмот да добие статус на извозници,  
новоизградените објекти да се ослободат во првите 5 години на  
работењето од плејџа придонес за енергетиката;. Исто така се  
бара намалување цените на нафтата. И натаму останува старото  
барање за време на зимата хотелите да се ослободени од данокот  
на промет и на тоа олично. Ова е дел од чланокот што е превземен  
од "Танјгур" на 5 април о.г. под наслов "Милијарда долари од ту-  
ризмот" со панорама на Слатија.

Трагајќи по иднината на туризмот се тврди дека "н  
пансионскиот туризам изгледа му одзвонило." Навистина тој се  
уште постои но е во нагло опаѓање. Значи, треба да се понуди  
преноќиште и појадок и да му се остави на гостинот да ги избира  
времето, местото и видот на главните оброци. Друг таков проб

се и "цените во рестораните" што се поголеми за пет пати. Стотици илјади туристи одат за Кока-Кола во самопослугите. Странци има малку по рестораните, но затоа се полни самопослугите. Кудлуваат дури и шеќер и лимон, зашто почувствуваа дека лимонадата врз принципот "подготви сам" чини неколкупати помалку отколку во ресторан. "Уштирканиот ресторан што ги послужува своите гости три пати дневно изгледа дека нема иднина", како што судејќи по се нема ни пансионскиот туризам освен во доста тесни рамки. Импресиите зборуваат дека многу наши "петкратни цени" би можеле да се освтат, можеби не толку годинава колку во наредните години.

Поаѓајќи од меѓународната стопанска состојба и криза, од можностите да се ублажат последиците и пронајде излез кон стабилност, реано е да се предпостави дека ќе продолжи острата конкурентска борба за секој гостин, порачуваат надлежните туристички органи, при што се позначајна улога ќе игра понудата на домашните пазари и пропагандата за задржување на туристите во сопствените земји што посебно доаѓаат до израз во последните две години. При ова се поменуваат можностите да се одржиме во конкуренцијата што може да биде и опасна. "Во многу земји на пример постојат повластици за деца кои одат дури до бесплатен престој за да се стимулира семејниот туризам... даваат утврдено количество бензин бесплатно, за да ги придобијат моторизираните туристи. Други пак, со пансионот нудат и бесплатни излети и атрактивни и други пов-

ластици... Исто така, при формирањето на цените на пенсионерските услуги би требало да се покаже далеку поголема еластичност".

Во редот на искуствата што се кристализираат во време на одморот било тој дневен, неделен и годишен, најзначајни се секако тие што упатуваат како да се дојде до поветтин и поудобен одмор".

Најнапред се поставува прашањето дали навистина не е подобро да се остане дома. "Во Светот се почесто се слуша глас против таканаречениот масовен годишен одмор, против паушалните туристи и сезонските туристички населба". Некои стручњаци отишле подлабоко да го изучат овој проблем и донеле до некои интервски сознанија. Најнапред "таквото прашање не си поставуваат само сопствениците на куќите, туку и самците кои тешко се решаваат барем и привремено да го напуштат својот убав стан... ; заштедата на пари може да се користи за купување нешто што е навистина подобро и понеопходно. За време на годишниот одмор можно е да се работи хонорарно и така да се заработи заштедата. Внатрешниот (биолошки) часовник и социјалниот "компас" не е потребно да се менува. Лугето и имаат време на располагање за недомашните работи (реновирање на стан, уредување на градини итн.) како и време за постојано продолжување на уживањето. Значи, ваквите причини можат да го задржат човекот дома.

Поаѓајќи од тоа дека личност што е ослободена од работа и други обврски може со "нови очи" односно "на н

начин" да се запознаат луѓето со разни објекти, па и самите себе". Се поставува прашањето дали во сопствената околина е можно да се стекне доволно сила и активност во откривањето на таквите уживања.

Одговорите на ова упатуваат дека "патувањето не е само навика, туку и прашање на социјален престиж", дека одморот, сподостојството, психичкото и телесно опуштање значи исклучување од дотогашниот начин на живеење и што е најважно значи извесни позитивни желби, стекнување на нови впечатоци, запознавање на нови луѓе итн., дека туризмот значи некое бегство од утврдените правила на секојдневното и во таа смисла добива желба човекот да се занимава со нешта сосема други отколку оние со кои се бави дома; да живее подруго, па дури и да се откажува од своите ограничувања во врска со калориите, однесно со одржување на прописна телесна тежина, се развива желба за праштаеност и на тоа слично. И покрај сето тоа пак "голем број на критичари на современиот масовен туризам тврдат дека таквите желби можат да се задоволат и дома", и во прилог на ова ги наведуваат становиштата дека "нагонот за некаква активност често е исцрпен вене по првата прошетка во новото место на престој и во текот на идните денови е сконцентриран на кореспонденција што се испраќа на роднини и пријатели."

Споредувајќи го она што го имаме дома и во својата средина на постојано место на живеење, со она што го добиваме како туристи на новите простори и ситуации и туристички активности

некои психолози го апострофираат поимот "внатрешна оази<sup>с</sup>" во смисла дека секој човек е посебен свет. Зборот е дива "ако некој не сака контакти таков не сепокаже и на годишни одмор". Луѓето од кои побегнал далеку за него сепак не престанале да постојат. Слично може да се рече и за жителите на градовите домаќини. Тие "протестираат против голем број туристи", во автобусите и трамваите. Се бунтуваат против "разголениците", против туристите кои своите имиња ги запишуваат на ѕидовите на познатите музеи и цркви".

Општо е сознанието дека "домот, немом да му даде на човекот 14 дена уживање во жешко сонце, сино небо, топло море, друга вегетација и поинаква кујна. .. Годишниот одмор дава една единствена можност за запознавање на природата, откривање на други луѓе како и на самиот себе, за регистрирање на впечатоци и спомени што дома неможат да се доживеат". Токму поради тоа многу индивидуално е прашањето како треба да се изразиме во туризмот или дали тој навистина ќе значи "авантура на една голема солидба" или пак битна потреба на современикот во услови на амбициозна организација на труд и стопанисувањето, во еден стил на модерен шивот што го ослободува човекот од сите стеги и ограничувања.

Во еден таков контекст туризмот и туристот ги отвора сите прашања што треба да го ослободат одолжувањето од својот дом, од работната средина во која постојано

сме исповрзани и условени, па дури и од извесни свои навини и во тој контекст и од тие што не понеле во задоволствата негови. Меѓутоа, од овие позиции се отвораат и она мноштво на прашања поврзани со новата туристичка средина и можностите како: брзо да се совлада далечината, како квалитетно да се оствари адаптацијата во новите услови и слично. Во врска со овие проблеми се и написите во весниците: "На море или планина", "Да се поцрни а не да се изгори", Со воз или со брод; Дали сонченото лице е поубаво, Климатските неадекватности влијаат неповолно врз сите нас, Сончањето во принцип треба да го избегнуваат болните од бубрези, Како поевтин и поудобен одмор; како и други нешта што се поврзани со животот и особено со животниот стил што се гради во туризмот во одделни туристички места или активности. Апострофирајќи го ова да поменеме и извесни наслови од "Вечер": "Одбегнете го топлиот удар"; "Свежината е таа вашиот адут"; "Летување одделно"; "Подготовки и претпазливост" и слично. Во оваа насока упатуваат и написите во весникот "Нова Македонија": "Кога сте на море", (престојот на моря бара определени правила и претпазливост; "Внимателно по патиштата", "Возачи внимавајте на црните точки", па се до оние совети денна "Медот го одстранува заморот". За летните модели, за куферите, за децата и слично.

Поаѓајќи од се она што е напишано за одморот во нашите весници "Нова Македонија" и "Вечер" може да се дојде до онаа карактеристика на нашиот туризам (езерски, планински, бандни, транзитен и сл.), како и до степенот до кој се оствариле



тие, одделни туристички места и посебно туристичките потенцијали на СР Македонија. Исто така, може да се дојде до извесни ваднанија во врска со нашиот човек од Македонија бидејќи и во 1990-те вене можеме да речеме дека се уште се чувствува според наливите дека в врска со „дулката“ за својот роден крај и за она негова блиска околина. (За тие простори зборуваме со воодушевување и со амбициозни планови како да се остварат). Слична поврзаност како да негуваме и за туристичките институции, бидејќи бараме и ги даваме сами пред јавноста, а ни не соодносиме со соседите и со компарации со слични можности што ги имаме на тој простор во општината или во пошироката регија. Таквата тенденција се чувствува во општините, односно во туристичките регии кога се презентираат во дневниот печат. Просто како да постои некое правило за човекот, за туристичката институција и општина - „да се врти кон себе“ и да не остави простор за да се почувствува соседниот, соседната или конкурентната институција или соседното летувалиште или општина. Ова би можеле да го дефинираме како некој страв од конкуренција или дури како склоност ако нешто се рече за другиот, тоа барем да се подреди и да се засени или покуда.

Радиусот по кој се движат туристите што доаѓаат од Македонија е мал. Оттука, може да се претпостави колку многу одработите луѓа остајуваат дома, не го користат одморат, колку само празнично навратуваат во својата блиска околина, и илјадни малку можат да се одлепат од „своето“ за да ги почувствуваат

нако потреба и региите што се афирмирале како туристички во СР Македонија.

Од написите може да се претпостави дека е релативно слаб бранот на туристи од СР Македонија кои одат на море. Па и тие што пошле по уверувањето на новинарите стигнале блиску до Јадранското приморје, до Грција, а не до Атина и Пиреја. Оваа снага на туристички бран од Македонија е доста слаб и многу чувствителен не само на далечината, (далеку е Сплит), туку и по сместувањето (како поефтино и удобно да се помине) и особено тие би можеле да се изразат и како искомпликсирани пред брановите што идат од некои побогати народи, стурктури, барајни она што е врвното во туризмот. Впрочем, и оние написи што се презентирани за странство и за домашниот туризам како да се наменети да не утешат што сме избрале да останеме дома. Оваа утеха ја чувствуваме и од импресиите што се донесени од граничните премини. Се на се останува доминантно уверување дека подобро е да се одмараме дома во својот град, во својата околина, својата Република и земја. За науката и за туристичките експерти тоа е сосема јасно на што се може да биде израз и какви се премиси му пречат на човекот од Македонија посмело да зачекори во туристичко патување и да се научи да се одмара по целиот Јадран и <sup>на</sup>сите мориња и летовалишта во светот.

## СТРАНЦИ ВО НАШИТЕ ТУРИСТИЧНИ ЛОКАЛИТЕТИ

225.

Туризмот претставува економска појава и тој досега се изучувал како дел на економската наука и како вид на стопанска дејност. Станува збор за савесни пазарни односи во кои на една страна се тие што „продаваат туризам“ - туристичките институции и нивните асоцијации или претставниците, а на друга тие „што го купуваат“ - тоа се туристите. Меѓу туристите како носител на појавата и туристичката институција во која се остварува туристичкиот тек или боравок, меѓу купецот и продавачот се преплетуваат мноштво посредници што ги осмислуваат, ги регулираат и чуваат пазарните односи. Оттука и напори на туристичката практика да да ги разјасни мотивите што ќе го направат попријателен туризам. На таа основа се спреча влегува науката и политиката, културата и уметноста и непосредно или посредно сите институции на нашето општество.

Економиката на туризмот како наука ги изучува пазарните односи и би се очекувало дека таа постојано ќе води сметка за сите битни и пресудни чинители на туристичкиот пазар (купувачот и продавачот). Меѓутоа, по логика на нејзината практика и се повеќе застапува на страната на продавачот, и туристичката институција и асоцијација и не навлегува така длабоко во онаа друга страна на пазарот што се изразува како купувач на туризмот, како турист и дури во она што се јавува како типична последица од веќе воспоставаните пазарни односи.

Ова испитување појде со задача да ги слика пазарните односи во туризмот, во оној момент кога продавачите се среќаваат со купувачите на туризмот - лице во лице. Резултатите од испитувањето требаше да покажат на односите кога се склопуваат и особено на квалитетот од нианото остварување, во условите на одредена туристичка средина или туристички тек. Појавајќи од ова, испитувањето методолошки беше насочено кон туристот, кон неговите мотиви во одлучувањето, ориентацијата во избраната туристичка насока и воопшто целта беше да се разоткриваат движечките сили во човекот, во неговите потреби за ваков одмор, како и степенот на задоволството од остварувањето на дадената туристичка појава. Оттука предмет на научното изучување станува туристот што веќе влегол во туристичките процеси и на одреден начин се остварува низ туристичките текови во оваа 1975 год.

Носител на ваквото изучување на туризмот и особено на туристот е Европскиот центар за општествените науки, Меѓународниот совет за општествени науки - УНЕСКО со седиште во Виена. Тој го иницира ова мултинационално и компаративно изучување на тема "Економските и социолошките проблеми на туризмот во Европа". Во ова испитување се вклучени повеќе земји од Источна и Западна Европа, меѓу кои и Бугарија, Чехословачка, Финска, Англија, Франција, Италија, Југославија, Унгарија, СР Германија, Полска, Романија, Шпанија, Шведска, СССР и други.

Припремите, проектот за ова испитување започна уште во 1972 година и оттогаш до денес одржани се повеќе состаноци во многу земји во Европа. Такви состаноци кај нас се одржани во Блед и Дубровник се со цел да се дефинираат и потврдат пробле-

мите, да се разработат хипотезите и методологијата на испитувањето, како и да се проверат техниките, односно моделите за собирање на податоците врз кои се ослонува ова испитување. Треба да се рече и тоа дека во изминатиот период од три години, употребен за припреми на ова испитување, учествувале првк 200 стручњаци од различни институции на економските и општествените науки, на урбанистички и туристички организации или центри, потоа заводи за општествено планирање, стопански и политички организации што се занимаваат со туризам и други. До сега се публикувани првк 60 работни документи во Европски центар во Виена за оваа проблематика.\*

Испитувањето на економските и социолошките проблеми на туризмот во Европа се состои од три студии и тоа: "Испитување на домашните туристи", "Испитување на странските туристи, и таканареченото "деск-истражување" односно истражување на стативни показатели за туристичките процеси. Треба да се предвид дека во 1973 год. извршено е во земјите што го објавиле ова испитување, па и во нашата едно пробно испитување (пилот истражување) на странските туристи, а вселта и на домашните туристи. Всушност собрани се податоци за деск-истражувањето. Врз основа на овие припреми создадени се водредни можности за компарација меѓу земјите што учествуваат во ова испитување, односно можности за научни заклучоци и прогнози, за натамошниот развие на туризмот и како економска, па како социолошка појава, и одделно како културна појава на нашето време и општествени услови.

Во врска со тајните цели и задачи на испитувањето во условите на \_\_\_\_\_ СР Македонија (врс основа на посетата на странците во минатите години) се дојде до сознание дека треба да се изучат мислењата и становиштата на холандските, чехословачките, француските, италијанските, англиските, австриските и германските туристи. Вистина е и тоа дека во оваа група беа предвидени и туристи од Унгарија, но поради објективни причини (тие дошле порано, односно подоцна) неможеа да бидат земени предвид во групата карактеристични странци на годишен одмор во СР Македонија.

Интервјуто \_\_\_\_\_ со странците врс основа на однапред подготвени прашања (на добитниот јазик и со луѓе што добро го знаат тој јазик) се изведе во првата половина на месец август 1975 година (\_\_\_\_\_ од 3 до 15 август). Разговорот се водеше во туристичките места и институции, односно во тие конкретни услови каде што \_\_\_\_\_ отседнале на годишен одмор. Во врска со ова треба да се рече дека испитувачите беа почестени со внимание и со интерес од страна на туристите. Меѓутоа, одделни гости беа вознемирени од посетата и склони да го одложат да го откажат или да го оправдаат апстинирањето барајќи секогаш некои прифатливи причини. Но, кога ќе им се објаснеше целта и задачата на испитувањето, тие со задоволство одговараа на прашањата и сосема слободно го анализираа своето туристичко патување или боравок, односно ги презентираа искуството од својот годишен одмор.

Такаж поединечни разговори се водени со 202 странци во СР Македонија од кои со 29 холанѓани, 18 чехословаци, 22 французи, 26 италијанци, 12 англичани, 17 австријци, 70 германци и со 8 од останали нации. Во групата на останати се јавуваат Белгијанци, Американци, Унгарци и други.

За испитувањето беше битно да се опфати бројот на туристи од дотичната нација, односно држава согласно условите во кои тие борават или пропатуваат. Токму поради тоа во СР Македонија се појавија значајни два центра во кои беа опфатени странските гости. Такви центри беа Скопје и Охридско-преспанската регија со градовите Охрид, Струга и Ресен. Бројот на странците со кои се разговараше во Скопје е релативно мал од проста причина што во тој период тука можеа да се сретнат само транзитни туристи кои дојде или се враќаа од мора и особино од познатите туристички дестинации на Охридското, Преспанското и другите езера. Показани од тој факт главното испитување се изведуваше во Охридско-преспанскиот регион и затоа резултатите повеќе се однесуваат за такви гости што ги припаднуваат условите на езерскиот туризам. Добиените резултати можеа да се споредуваат и со другите структури на туризмот. Токму споредби се можни со туристите што отседнале на мора или покрај реки и планини, или пак во некои шумски предели и селски услови.

Содржината на разговори со странските гости во главном опфаќа неколкуте комплекси:

- Најнапред требаше да се дознае каде отседнале, колку време ќе борават, што биле причините за посета на нашата земја, какви намери имаат во врска со посетата на повеќе места или регии, односно желбите да го комбинираат боработ со патувања или пак патувањата со боработ и на тоа слично. Сите овие нешта требаше да го покажат гостинот со своите мислења и ставови, со своите впечатоци и искуства од својот годишен одмор.

- Вториот комплекс на прашања поаѓаше од динамичната структура на животот, па и на човекот во годишниот одмор. Во тој контекст беше значајно дали дадениот турист во последните 5 години посетил некои европски или воневропски земји, колку пати бил во странство, а колку пати во Југославија. Потоа, беше важно со какво превозно средство дошол во нашата земја и со какви намерава да се служи или веќе се служи и ги користи во времето на својот туристички боработ.

- Третиот комплекс навлегуваше подлабоко во проблематиката на годишниот одмор за да се овозможи факторска анализа на добиените ставови и мислења, впечатоци и искуства. Во оваа смисла некои прашања се однесуваа за туристот разбран како природно битие (пол, возраст), за него како социјално суштество и како културен субјект. На пример, дали е член на некое друштво, организација или клуб што во својата дејност предавдува и туристички активности; што мисли дали меѓународната економска ситуација и особено "нафтената криза" делувала на неговиот одмор и на кој начин и слично. Одделни прашања донесоа белези од неговиот образовен и професионален ангажман и културни особености.



- Последната групација од прашања имаа за цел да го замоли респондентот да направи споредба меѓу десетина туристички карактеристики и притоа да води сметка за она што очекувал, но и затоа на која нивоа во нашата земја. Ова требаше да го рангира во трочлана скала (добро, просечно и лошо). Иако контекст бев и прашањата за општиот дојам што го стекнал за нашата земја, за тоа нелку е таа прифатлива со оглед на трошоците што ќе ги имаат во време на годишниот одмор, како и прашања врзани со неговата заработувачка и приманата на потесното или пошироко семејство.

Во текот на анализата централно беше да се докаже КОЈ Е ГОСТИНОТ, затоа требаше да се открие оваа зависност на одморот по содржина и форма од националната особиност и култура на гостите. Требаше да се распознаваат странците по културните карактеристики на нацијата од која доаѓаат и притоа беше главна претпоставката дека секоја нација има некои специфичности што ги изразуваат во слободното време, односно во годишниот одмор и затоа во самото поимање на туризмот како современа појава.

Во анализата имавме уште еден такор стратешки пункт, а имавме НАДЕ ОТСЕДНАЛЕ ГОСТИТЕ во времето на годишниот одмор. Одговарајќи на ова прашање ние навлеговме во социјалната структура на гостите за да констатираме дека со оглед на социјалниот статус по правило се бира и местото за

годишен одмор, односно се бара институција за свое одмарање. Впрочем и категоризацијата на туристичките објекти и особено на туристичките се покажа и како згодна социјална скала во која секој го бара своето место. Овде е ништо необично ако се има предвид дека "секој според својот џеб одбира место и ниво за отседнување, односно одмарање".

Уште една водилка во анализата отвараше хипотези и сугерираше дека современите, модерните и помодните туристички текови иницираат нови форми и туристички содржини. Понесени од тоа чувство се претпостави дека кампувањето можеби е таа токму нова форма и содржина која станува не само масовна туну и многу карактеристична како стил во годишниот одмор. Поради тоа и посебно требаше да се анализираат странските гости што отседнале во камповите и со тоа свесно или случајно, формално или реално почнале да ја "негираат" некогаш и својата социјална структура, но и структурата на туристичките институции што се инспирирале на социјалните разлики меѓу луѓето.

Во врска со оваа претпоставка се покажуваат не-нако и по разбирливи и гостите што прижелнуваат или ги менуваат местата на отседнувањето, односно сместувачките напациети. Таа нивна желба за промена, размислата за можните алтернативи што би сакале да ги пробаат па дури и тогаш кога се јавува како нестрпливост или како нервоза неспорно може да значи некое психолошко предчувство, односно некоја предоснова на барањето на нови и се понови форми и содржини за туристичкиот боравок и за туризмот воопшто.

## А - КОИ СЕ ГОСТИТЕ

Во анализата на поимот туризам, и

се нагласува дека се битни две нешта: да се има слободно време и што е исто така важно да се има слободни средства. Искуството маѓутоа, покажува дека овие два услови не се секогаш доволни за да биде туристичката појава комплетна, современа и модерна. Токму поради тоа веке се трагаат, анализираат мноштво нови елементи што припомагаат докрај да се оствари во квалитетна смисла слободното време и слободните средства на туристите. Во време со ова се и улогите на институциите што го пратат туризмот, збогатувајќи го со содржина од општествениот и културниот живот (музеи, галерии, улогата на уметничкото и народно театарство и слично). Станува збор за институции што ја интензивираат потрошувачката во времето на годишниот одмор, односно институции што го апсорбираат слободното време и овозможуваат квалитетна потрошувачка на времето.

Една друга димензија на нештата што се диференцира. основни претпоставки за туризмот би требало да се бара во човекот, што ја иницира, остварува туристичката појава. Туристот е оној основен субјект што во извесна смисла со своите потреби ја детерминира потрошувачката на своето време и на своите слободни средства. Токму поради тоа и квантумот на слободното време и средства по правило ги одредува човекот.

што се предодредил и што веќе се изразил како турист. Нема некое апстранно слободно време или некоја апстранна маса на средства, бидејќи таа токму низ конкретизација се осмислува во одредена туристичка појава во која се заштедува или интензивира туристичката потрошувачка.

Човекот (туристот) сам располага со своето слободно време и своите средства и притоа прави своја одредена концепција како ќе ги насочи и употреби. Оттука и разликите во резултатите што се остварени во туризмот и туристичкиот боравак или патување кога со релативно исти материјални средства и исти количини на слободно време се постигнуваат и различни ефекти. Неспорно е дека токму туризмот дава можности за вакви или онакви насоки на слободното време и на слободните средства и таа комбинаторика, таа стратегија во потрошувачката на слободно време и средства, станува се познатата во современиот туризам. Мина она време на туризам кога како да беше проблем каде да се потроши времето од одморот и каде да се потрошат парите наменети за дневен, неделен или годишен одмор. Се работи за онаа „криза“ на одделни туристички места во кои не можеше да се пронајдат можности да се потроши времето и особено да се потрошат парите. Дојде етапа која има голема листа на институции што посегаат да го земат туристичкиот динар и некогаш на многу необичен и дури „гусарски“ начин. Меѓутоа, треба да се рече и тоа дека и самиот турист веќе изгради еден систем, едни обртамбени механизми за да го задржи динарот, односно да го заштеди слободното време.

На видикот е едно надитрување магу институциите и човекот со сесите туристички потреби и интереси, едно мигу само испитување и преиспитување, една будност во меѓуособните односи и комуникации, едно изострано чувство за оној еностран изразен прагматизам. Имено, туристите бараат да добијат максимум задоволства за минимум средства, ако може и бесплатно, а пак туристичките институции да остварат максимални ефекти од релативно помал број гости и услуги.

Бавната взаемна сосредоточеност "лице во лице" на продавачот на туристичките услуги и на нивниот купувач овозможува една напната положба, онаа карактеристична борба на потрага во изборот на можности за задоволување на појавените потреби во туристичкиот тек. Ова е секако типична последица на степенската криза, односно во трката да се дојде до динар или пак во беспарицата тој да се заштеди. Од овие позиции само теоретски може да се претпостави некое време во кое можело во одморот и туризмот да не се штеди (отресена неса за одмор) па било тоа да било приватно одмарање или пак овозможено од одредена институција што го финансираа.

Тежбата кон рационална потрага е една не нова во современиот туризам. Тоа овозможи онаа психологија на желбите и дрзакувањето, таа еликурејска жед за задоволство, наслада и уживање да се подигне до степен на култура. Со ова туризмот од луксуз и помодност на времето се претвара во

потреба на современикот. Оттука и логична последица да се демистифицира туризмот од оној превез на романтика и социјален идеализам, било со оглед на гостите што можат да остават богатство сработено во \_\_\_\_\_; целата година или пак надежи дека некој некаде \_\_\_\_\_ чека за да не нагости инспириран само врз некоја исклучива љубов према луѓето и гостољубието.

"Лице во лице" се исправени предавачите на туризмот и купувачите на туризмот. И тука има надитрување, има и лага, има и од се она што ги карактеризира непосредните пазарни односи. Тука се и последиците ако во тие односи се изгуби образот, \_\_\_\_\_ довербата и ако понесеме впечатоци дека сме биле понижени, навредени, излагани и слично. Оваа положба услови да се проучува не веќе само просторот што може да се осмисли како туристички, да се пронаоѓаат институции што ќе се надоврзат на туристичкиот тек со своите услуги, туку и да се изучува човекот што изградил одбранбени механизми па дури и таа своја ориетација се обидел и помодно да ја модифицира како своја склоност кон динамичен одмор, како интерес за нови простори на туризмот, како потреба за природа и природно далеку од институциите на туризмот, или како склоност кон непосреден допир со природата и природните сили. На видин е едно бегство од институциите на туризмот, кога со големи амбиции бараат брзо да се остварат. Зборот е дека пропатувањето станува стил, дека кампувањето станува мода, односно дека информирањето тече веќе низ други и поверодостојни канали отколку преку институциите на туристичката пропаганда.

За забележување в дека воке туристичките пазарните односи ги резидираат сите битни елементи на туристичката понуда. Тие вдегуваат во особеностите на особеноста, во угостителството и трговијата и во сите нешта за кои мислат дека се значјни одморот. Врз таа основа се врши избор на превозни средства, избор на туристички места и сместувачки наместитети, избор на пансионска и вонпансионска услуга и слично. Зборот в дека вена се распанува тој "пакет на услуги" и од нив прецизно и конкретно анализира. Сите овие нешта се понуда и алтернативи, како ориентација и одлука, вдегуваат во категоријата припреми за дневен, неделен и годишен одмор. Впрочем, во туризмот секогаш има извидници од редот на нешта што вена пред нас на тоа место биле, виделе и доживевале.

Покажувајќи од вакви пазарни односи и постојателна потсилена со кризата, вдегла во витлите на предиспозициите сфатлива в атмосферата со која вдегла и тие што имаат потреба од туристички услуги и тие што треба да ги задоволат туристичките потреби и мотиви. Во овој конфликт востануваат меѓу институциите и гостите обично последиците ги третираат работникот, односно туристичкиот работник. Двата фактора востануваат кон максималното в компромисот се остварува обично на сметка на туристичкиот работник или на штата на туризмот востанува. Општата последица покажува дека хотелите и високи цени се мимоидуваат, односно дека во нив востануваат

онџа вонпансионската услуга, дека туристите почнуваат да се снабдуваат на пазарот или во самопослугите, односно сами ја преземаат угостителската услуга. Бостануваат релативно ниски личните доходи на вработените во туризмот, па оттука и нивна склоност кон дополнителни, кон приходи од други извори или пак покажуваат една алергичност и флегматичност што очигледно ја покажуваат иелнерите кога не услужуваат. Впрочем едно вакво однесување на туристичките работници, оној нивни флегматичен и алергичен однос и тој престапува израз на таа криза што веќе влегла во туризмот.

Туризмот како феномен на новото време и општествени услови зема се поголем замав и ги зафаќа сите категории на трудот и општественото живеење. Тој веќе не е израз само на привилегираната класа од метрополити, туку појава што го карактеризира современото живеење на луѓето од сите простори што прифатиле модерна организација на трудот. Освен тоа во општата престава тој се повеќе ги зафаќа индустриските земји од кои поаѓаат туристите, за да бараат одмор и рекреација, освежување и опоравок, во некои други простори што не се загадени и кои изобилуваат со природни ритми. Од друга страна неразвиените земји и самјите во развој како и самите не го согледале туризмот како своја потреба, откриваат можности за стопански излез и општествена афирмација преку туризмот. Оттука, велика дека туризмот добива карактеристика на нашата епоха.



Искусството што се кристализира за туризмот и како економски однос и како угостителство и како можности за овладување на просторните далечини станува сепосложено бидејќи поврзува мноштво категории на трудот и живеењето и особено мноштво активности и ориентации со кои се бара задоволство. Сепак големата сложеност произлегува од фактот што во него се врзуваат два пола (како во се типично индустриските индустриски земји). Токму затоа оваа е претпоставката дека со туризмот се работи за еден нов феномен на нашето време и уште попрецизно за една појава, "која почнува" истинува особено на пост индустриското општество во кое се поамбициозно зачкоруваме.

Одговорот на

ова мноштво прашања што ги носи феноменот на туризмот би требало да се бара токму таму каде што и порано, во традиција, се пронаоѓале моделите за однесување не само кон природата и кон творбите на историјата и културата, туку и се осмислувале одговорот меѓу луѓето, а во тој контекст и неговите грчезаи за самите и модерен израз и афирмација. Колективна на современата цивилизација и култура сепак е Европа. Оттука и претпоставката дека во неа можат да се најдат предуслови и за објаснувањето на туризмот како современи и модерна појава, како појава на новото време. Затоа и анимацијата е сепак тука, за да се одговори на проблемите што ги покрева современост човек како турист.

Во прилог на оваа ориентација оди и фактот што туризмот се развива не само во услови на природната<sup>1</sup> литомија, туку и во тла низ кои порано се остварувале старите цивилизации и култури. Интересот за старите структури, за старите модели на живеење, за дострелите на творештвото во минатото па се до денес, го чинат туризмот и како своевиден поход во блиската и далечна историја и на тла во кои тие се остварувале. Оттука и интерес за фолклорното, за народното и етнолошкото дури и за оние стари и прастари ритуали<sup>2</sup> и модели за опстојување во дадената почва. Зборот е дека туристот жеднува за природа и природност, за оној природен ритам и натура со што се одржал во животот. Меѓутоа, водено вниманието е свртено и кон човеот, кон меѓучовечките односи и воопшто во сите<sup>1</sup> форми и манифестации, на неговата историска и социјална содржина.

Природата со сите свои реткости и раскош во милението, трајно го привлече вниманието. Тоа неможат да го скратат ни современите институции што се социјално структурирале по категориите (категоризација на хотелите). Тие заробеници на природата (слично на Робинзон) тие заробеници на социјалните<sup>2</sup> вакуми (во својата категорија на хотел) се само првите извидници на една појава што допрва доаѓа за да ја демистифицира природата, за да го демистифицира класичниот социјален модел.

3 Како што е<sup>е</sup>видентен<sup>и</sup> конфликтот со природата и со својата соодветна внатрешна природа, така

станува евидентен и конфликтот меѓу социјалните категории и групи, чамејни во своите сопствени природни и социјални услови, било на работното место или во местата на широкото. Современикот се гуши во сазите противречности и антагонизам. Излезот го бара во промената на својата природа (разотуѓување) во бекството од дадената средина (туризам), во промената на социјалните услови за живот врз основа на премисите на трудот (интензификација на трудот, научна организација, нова подлога на трудот и слично), како и врз амбициите за квалитетни промени на моделот за општествено живеење. На таа основа развојот е условен од индустриската ориентација, онаа променлива трка за продуктивност и масовна потрошувачка. Сита овие промени треба да обезбедат квалитетен пресврт во моделот на општествено живеење и социјалната судба.

Една општа импресија во туризмот зборува дека секоја социјална група (зависно од категорија) туристичките населби, кампови и гостите во деловно сместување) изградила и упорно ја афирмира како единствена својата представа за туристичката институција во која староста да одмараат. Социјалниот конфликт, попримџ и институционални форми. Типично екстреман вид се оние "зони за богатите" тие хотели од сулар категории и услови а на друга оние во коишто го осмислуваат дури основното елементарно вдовување (вода, зеленило, чист и слично). На една страна се инсистира за да се намести објектит (хотелот) а на друга обично и се елементарни. Спротивните промени

за туризмот се иницираат и дури сугерираат во споредбите на туристичките населби и особено во услови за домашно прифаќање на гости.

Овие блоковски, противречни слики некогаш се драматизираат или пак во најдобар случај упатуваат во паралелизам, во кој се структурира (секој според својот џеп).

Конфликтите се евидентни и внатре во самите категории зашто и тука има диференцирање со оглед на местото што се добило, со поглед<sup>е</sup> на зеленило, плаватнило, убав пејзаж за ралица од тие што само се врзат за да бидат приметени дека тука отседнале, односно што се само присламчиле на името на институцијата. Впрочем, големиот поход на море и особено страноморе, она патување по популарни места и меѓу угледни гости, се сèкако модели да се ... нареди својот углед во редот на некоја категорија за која се надеваме дека би ни одговарала, односно би била на нашето ниво. Има едно натегање на човекот во туризмот да се ... за време на одморот искачи во некоја ... група, односно во повисоката или да се донесат толку аргументи за да поверуваат другите дека тој и тој човек или фамилија живее на висока нога за време на одморот. Ова е навистина модус за аристократизација на свеста, но и згодна прилика да се камуфлира својата економска немоќ, дури да се оправдаат некои тегоби што се имале во текот на годината.

Кондензирајќи ги овие особености на лугето се претпоставува дека човекот е тој основен чинител во туризмот.

Но тој не се јавува само како пола индивидуа, туку како социјална и национална група со свои потреби интереси и особености што го карактеризираат како човек на одделно национален слој, односно припадник на одделно општество и национална култура. Оттука и претпоставки дека туристите се разликуваат во одморот зависно од социјалниот статус, односно од националната (урна) припадност. Впрочем, се работи за купување што одредена маса пари предодредил за свој одмор, но и за одредена потреба што се осмислува и како своја национална култура, специјален стил во одморот, па дури и како особен вкус на луѓето од различни народи и предели.

Има и уште една причина за ова испитување што сепак е условена и од фактот што токму нашата земја се почесто и помасовно ја посетуваат странци. Тие ги преполнуваат магистралите, ги претопнуваат туристичките простори и ги запфаќаат се помасовно туристичките капацитети. На ваква инвазија некои наши луѓа почнуваат да реагираат бидејќи се чувствуваат притеснето и дури потиснати од таков голем продор на гости. Во царската намера да се развиеме како туристичка земја и со амбиции дури да предначиме во Европа, сосема логично е потребата да ги изучуваме луѓето што доаѓаат во нашата земја и низ нив да ги откриеме искуствата за тоа како се одвива нашиот туризам. Оттука и потребата да се туристите анализираат согласно на националната припадност, односно зависно од земјата и местото од кое доаѓаат.

Холанѓани

Владее уверување дека холанѓаните се оние први гости што освојуваат сè нови и понови простори за туризмот. Ова се апострофира како нивна општа карактеристика која и во просторот на СР Македонија и особено на Охридско-преспанскиот регион наоѓа своја се поголема потврда и конкретизација. Во прилог на ова традиционална посета се збратимувањата меѓу туристичките места од оваа регија со некои градови на Холандија, потоа "Караванот на лалето" што симболично го враќа лалето од Холандија во својата стара постојбина, популарноста на македонскиот фолклор сред холанѓаните, одлив на работоспособните од охридската регија на работа во Холандија, воспоставување на блиски, интимни дури и родбински врски меѓу холанѓаните и охридѓаните и слично. За Холанѓаните владее уверување дека за време на туристичкиот боравок го прифаќаат охридскиот ритам и тежнеат да се подговетат со она што ги карактеризира луѓето од дадената туристичка регија.

Охридѓаните, особено угостителите со голема увереност докажуваат дека добро ги познаваат холанѓаните и дека сонив имаат трајни туристички пријателски и длабоки односи, низ кои се гледа взаемен интерес и доверба. Ова вене ги надминува гостинските односи и холанѓаните отворено ги изнесуваат нештата што ги воодушевуваат како и своите критички примедби и во тој контекст даваат и предлози (исполнети со имгинација) што одат да ги подобрат општите услови за туристичкото

место, да ги стоплет туристичките доживувања и да ги направат туристичките услови уште попривлечни за гостите. Од своја страна угостителите уверуваат дека и тие чинат обично и вообичаени напори и дури низ суптилни досетки ги збогатуваат доживувањата со посебно внимание и грижа за холанѓаните. Оттука, и уверување дека за пропагандата на Македонија и Охрид најмногу сториле токму тие холанѓани што еднаш и повеќе пати биле во Охрид.

Според податоците сите анкетирани холанѓани во последните пет години биле во странство без исклучок. Нив особено ги посетувале европските земји, така што во просек секој посетил по 6-7 земји во Европа. Поретко ги посетувале другите континенти (една третина од нив била и во вои надморските земји во последните 5 години). Тие што излегло надвор од Европа обично посетиле во просек по 3 земји. Интересно е дека само 17 % од анкетираниите по прв пат ја посетувале Југославија, додека другите веќе биле повеќепати (44,8% од нив во Југославија два до три пати во текот на последните 5 години). Холанските туристи што се анкетирани во почетокот на пролет, претежно се помлади луѓе (75% се под дваесет и пет годишна возраст). Угостителите речеаат во почетокот на сезоната, односно на крајот досегаат релативно повозрасната категорија. Поголемата половина (58,6%) од анкетираниите се од мажескиот пол. Да поманеме и тоа дека повеќе од нив (52,1%) се неженети или немажани, разведени, вдовици или вдовци. Инаку, тие живеат во домаќинство со релативно помал број на членови.

(70% се до 4 члена во семејството). Оттука и сознание дека холандските туристи што произлегуваат од релативно помалите доманинства, односно семејства и што се уште стапиле во брак ја побарале токму Македонија односно Охридско-преспанската регија како модел за својот годишен одмор.

Треба сигурно да се има предвид и тоа што холандските туристи во Охрид дошле од поголеми места и развиени градски центри. Така 43% од холандските гости потекнуваат од градови што имаат над пола милион жители. Се работи за гости од развиени културни и индустриски и воопшто општествени центри. Брз основа на ова сепак е можно да се разоткрие релација меѓу таквите развиени асоцијации на работа и творештво, на социјален и културен живот со она што го има Македонија и одделно оваа Охридско-преспанска регија со своите природни реткости и убави ритми што биле карактеристични за прединдустриска епоха.

Образовната структура на холандските гости исто така укажува дека оваа регија за одмор ја одбираат луѓе со повисоко образование и култура. Во таа смисла податоците од анкетата покажуваат тенденција во која се гледа дека кон Охрид се ориентирани луѓе со повисоко образование. (41,3% се со високо или више образование).

Интересен е податокот низ кој се гледа економската моќ на холандските гости. Имено, кон Охридско-преспанската регија се насочени сите категории релативно независно од еко-



номската моќ иако поддоминантна е онаа би рекле услужна (со оглед на анкетираниите) средна категорија што има просечни примања од 1.000 до 2.000 гулдени. Тие со помали примања повеќе се застапени отколку тие со поголеми примања. (до 1.000 има 24% до 2.000 има 34,5% а преку 2.000 има 17,2%). Оттука и заклучок дека оваа регија била достапна за странци во август иако за тие со просечни примања изразито популарна.

Холанѓаните што латова дошле на одмор во регија популарно (80% не се организирани во некои клубови, друштва или организации што во својот делокруг имаат и туристички активности. Мислата е дека нивната масовна туристичка ориентација не е во тај сниска институционално насочена. Иако тоа оваа ориентација кон Македонија и Охрид исто така не е условена од поделба на организација на трудот по институции и работни организации. Податоците од анкетата укажуваат дека тие сами ги снесат трошоците за својот туристички пат или боравок во оваа туристичка регија. (83% од анкетираниите во потполност сами ги снесат трошоците). Врз основана оваа популарност и интересот за неа се насочуваат индивидуалните и социјални мотиви на гостите за оваа посета на Македонија и Охрид.

Холанѓаните во рамките на своите работни и социјални средини во местото на постојанен боравок имаат свој систем на производство, творечко и вкупно човечко живеење. Значајно е што во тој систем тие предвиделе два слободни дни во неделата за одмор (ретки се случаите да имаат по три или по една недела за одмор).

ден ден во неделата). Исто така треба да се рече и тоа дека за годишен одмор обично имаат по еден месец. Поретки се случуваат од анкетираниите што изјавиле дека имаат помалку или повеќе дни за одмор. Изгледа како да станало веќе норма и за приватниците како и за луѓето од слободните професии и дури за невработените мажи или жени да предвидуваат месец време за годишен одмор. Оттука со право се заклучува дека одморот за нив претставува осознаена потреба, и некое социјално дури и природно право на секој човек.

Податоците од анкетата укажуваат дека во охридско-преспанската регија обично доаѓаат луѓе што веќе два до три пати ја посетиле Југославија во текот на последните 5 години. Се разбира има и случаи што веќе 4-5 пати биле во Охрид, во овој изминат период. (44,8% од холанѓаните веќе биле два до три пати во Југославија во текот на последните 5 години). Релативно мал е процентот (17,21%) на луѓето што прв пат доаѓаат во Југославија што наведува на заклучок дека само одделна група традиционално го ангажира туристичкиот простор, дека динамиката на туристички развој е таква што не може да прифати позначаен пораст на нови гости, или пак дека односите влегле во некоја криза и стагнација ако само одделна групација и структура традиционално заседнала на даденото туристичко место.

Холанѓаните што дошле во Македонија и особено во Охридско-преспанската регија, патувале со пријатели (55,2%) или со роднини (41,3%) и многу многу ретко сами. Како главна

причина за ваква ориентација, како главен мотив за туристички боравак ја наведуваат потребата да се одморат (63%). Станатите велат дека дошле на патување (транзит) со културни мотиви или да ги посетат своите пријатели и роднини. За забавување е дека холанѓаните обично доаѓаат со своја кола, (приватно), или пак со авион (44,8% дошле со своја кола и 34,8% со авион). Интересен е податокот што тие обично го избират индивидуалното патување без било какви услуги на патнички агенции (44,8%). Станатите или потполно се ослонуват на патувањата што ги организираа некоја патничка агенција или користат некои нивни услуги - резервација на карти, соби и слично. Оттука, неспорна е констатацијата дека холанѓаните многу свободно се чувствуваат во свој простор и се повеќе се ослонуват на себе во тој поход кон Југославија, Македонија, особено кон Охрид. Впрочем, тие за времето од туристичниот боравак сакаат и се надеваат дека ќе останат динамични во потрага по разновидности. Намераваат да ги користат не само своите туку и други превозни средства. Тие се заинтересирани за патување со брод или за комбинирана употреба на повеќе превозни средства.

Минувале годините, се менувале столанските општествени и политички прилики во светот, во Европа, па и во Југославија и Холандија, но холанѓаните сепак останале традиционални гости. Нив не ги содрела меѓународната економска ситуација и со сите последици во поскапувањето (69% од анкетираните

виле дека економската ситуација во Европа не делувала на нивната одлука да ја посетат нашата земја). Ова укажува на цврстината што ја има одлуката за посета и длабоките мотиви што станале примарна потреба, но сепак и на взаемните негувани пословни интереси на холански<sup>те</sup> и југословенски<sup>те</sup> туристички институции.

Холанските туристи доаѓаат со намера да посетат повеќе места и регии (55,2%). Останатиот процент или доаѓаат да борават во едно или две места или пак го комбинира<sup>ат</sup> својот боравак со патување. Во секој случај се работи за туристи што имаат намера динамично да го минат одморот низ патување, односно посета на повеќе регии и туристички места. Тие имаат цврста намера да борават во нашата земја повеќе од една недела, и многу често по две-три седмници. (44,8% изјавиле дека не борават од 8 до 14 ноќевања а 38% рекле ќе борават повеќе, па се до 21 ноќевање).

Неспорно е сознанието дека Македонија и особено Охридско-преспанската регија е интересна и привлечна за сите структури на холанското општество и дека нашиот туризам е привлечен за холанѓаните со различна економска моќ. Оттука сè сем природно холанските туристи имаат намера да се сместуваат во кампови, хотели со туристичка категорија, отседнуваат во домаќинствата или одат во хотелите од "А" категорија. Овие три ориентации во сместување под еднаква се доминантни иако нешто помалку се истакнува тежбата кон хотелот од "А" категорија.

Во цврстата одлука да ја посетат нашата земја холанѓаните најмногу се ослонуваат на своето искуство од поранешните посетувања (34,5%) и на препораката од пријатели и роднини што веќе ја посетиле нашата земја (24,1%). Мало е дејството што го имаат препораките на нашите патнички агенции, што го имаат телевизиските програми, радиото и филмот, или можноста одморот да се комбинира со културни и спортски настани. Исто така е мало и онаа блиска интимна пријателска врска со луѓето,

Ова покажува дека холанѓанскиот турист одбира и се ослонува само на проверени искуства (било свои или на пријателите или роднините) и всушност малку на другите форми што посредничат помеѓу туристот и туристичките институции. Тие одат на одмор по сигурно туку и на проверено искуство за одмор и одржување.

На крајот холанѓанските туристи (во 75% е) се уверени дека нивниот одмор вклучувајќи ги тука и патничките трошоци и други парични издатоци во нашата земја ќе им биде "погоден". Вонредно е мал процентот на тие што мислат дека нивим биде "скап" или пак "евтин". Ова уште еднаш уверува дека нашето туристичко место со својата цена сосем е усогласено со економската, односно материјална сила на холанѓанците.

Когардо едно ги анализираме карактеристиките на нашата земја може да констатираме дека холанѓанските туристи или нувале се надевале на едно, а сепак наишле во земјата и туристичкото место доживувале и нешто друго, така на пример:

- за климата очекувале дека ќе биде добра, и на таква наишле (75,8%); за физичките особености на земјата - планини, плажи итн. очекувале дека ќе бидат добри и на такви наишле (75,8%), за состојбата на патиштата не се изненадени зашто очекувале дека ќе бидат просечни, а воглавно и такви ги затекнале (62,8%); за квалитет на сместување очекувале просек, а често <sup>у</sup>на него наишле (79,3%), за административните прописи - полиција, царина очекувале добро и на такви наишле (89,6%); за цените очекувале просек и нашле пак на такво нешто (58,6%); за услугите очекувале просек и наишле на тоа (75,8%); за гостољубието очекувале просек, а наишле на просек и на по-добро (подобро 39,5% просек 62,1%); за храната гастрономијата очекувале просек и наишле на просек (65,5%), така што ретки се случаите да наишле на подобро или <sup>и</sup>наполошо.

Општиот дојам на холанските туристи за нашата земја е многу позитивен или доста позитивен (многу позитивен 62,1% доста позитивен 10,3%). Никој не се произнел дека е негативен а само 6,9% останале како неутрални. Оттука и констатацијата дека нашата земја за холанските туристи е прифатлива за туристички боравак и со својата цена и <sup>со</sup>другите карактеристики. Нивните прогнози за нашата земја воглавном се остарила или се покажале подобри од очекуваните.

Да поменеме тоа дека тие што го воделе интервјуто со холанѓаните изјавиле дека холанѓаните се веќе традиционални гости и обично по неколкупати веќе биле во ова туристичко место. Зборуваат со задоволство за природните услови и

убавини, за земјата и луѓето од овој крај и нескриено ги изразуваат симпатиите за луѓето. Особено се задоволни од местото и панорамите што ги посетуваат на Холандија. На таа основа се изразени и интересите за прошетки по планината, за посета на планинските бачила, па дури и за места каде што досега не стапнале туристи.

### Чехословаци

Чехословациите се уште ретко се сретнуваат во Македонија и на Охридско-презланската регија. Нивниот интерес за нашите туристички услови, за туристички патувања и боравак нешто се понагласени последниве години. Ако свима предвид оваа традиционална свртеност на чехословациите кон Југославија и нејзините туристички можности оваа повторна и понагласена посета може да се толкува и како севовидна ренесанса. Чехословациите некогаш биле доминант<sup>ни</sup> туристи во Југославија и после еден преник<sup>и</sup>, оваа сегашна посета како да најавува нивна повторна заинтересираност да станат доминантна туристичка популација. Гледано од тој аспект може со право овогодишните туристи да се третираат како први познач<sup>џ</sup>ани продори на чехословациите не само на Јадранско море туку и на другите простори во Југославија.

Анализирајќи ги чехословачките туристи прво пага во очи што две третини доаѓаат од релативно помали градови. Ова веќе значи дека нашите туристички простори станала привлечни не само како некогаш за престолничката богата класа,

туку и за работните луѓе од помалите градови. Само една третина доаѓа од градови што има<sup>ат</sup> над пола милион жители.

Ако повнимателно се погледнат примањата на чехословаците, пак се доаѓа до констатација дека туристите од Чехословачка се луѓе од сите категории на трудот, односно со различен доход по глава на семејството. Во тој контекст значајно е дека скоро половина од туристите се со примања до 2.000 коруни, исто така доста доминантни се тие што имаат месечен просек до 3000 така што релативно е најмало учество на туристи над 3.000 коруни. Според ова би можело да се заклучи дека нашата земја станала туристички интересна за сите категории, но и тоа дека ова охридско преспанска регија е особено привлечна за оние со помали примања.

Чехословачките туристи се луѓе фамилијарни (88,9% се оженети), и во најчест случај живеат во домаќинства со 3-4 членови (77,8%). Тие исто така во семејството имаат пак по толкав број членови што се заедно укажува дека чехословачките туристи се регрутирани од тие што живеат со потесни семејства, односно дека моимот семејство и домаќинство како да се поистоветил. Во прилог на ова е податокот што Чехословачките туристи претежно се јавуваат како љ мажи (72,3%). Покрај оваа особеност значајно е дека тие се во средногодишна возраст, со тенденција кон помлади. Повеќе од половината (66,7%) се родени по „Вториот светски мир“ - 1945.



Овие балеси во многу ја комплетираат претставата за чехословачките туристи како многу модерни во годишниот одмор. Збор в дека одморот го разбираат како свое право, а не како фамилијарен благодет условен од фактот што имаат вработен член од семејството или домаќинството. Интерпретацијата на овие податоци влече во оние промени што станале во чехословачкото семејство и одделно во слобода на вработените, односно - индивидуата да го користи правото на годишен одмор. Чехословачките туристи се ослободени од се, па и од своите домаќинства и фамилии и дури од својата брачна другарка веројатно и другите за да можат квалитетно да се одморат. Но, ова може да има и некое друго објаснување ако слобода станала условена од некои други социјални, економски, здравствени, културни или политички причини и државни мерки што го регулираат движењето на туристите кон одделни земји и регии.

Послејќи од образовната структура на туристите се доаѓа до констатација дека од чехословачките туристи, половина се со средно (општо и стручно образование) но исто така е голем процентот на тие со факултетско образование (38,9%). Доста значаен е податокот, (една третина од анкетираните) кој укажува дека овие туристи се војдно членови на некои друштва, клубови или организации што во својата дејност го имаат за својот активност туризмот. Впрочем, во последните 5 години чехословачките туристи посетиле во просек 4-5 земји и

Европа и ретко некои вон европски земји. Меѓутоа, треба да се каже и тоа дека една третина од нив (27,7%) никаде не биле во странство во последните 5 години.

Туристите информираат дека со оглед на работното место што го имаат располагаат со два слободни дена во неделата. Ретки се случаи да имаат само по еден слободен ден (22,3%). Имаат исто така по 28 дена годишен одмор (44,5%) а другите (50%) некој ден помалку. Исто така ретко се изјасниле дека имат повеќе од 28 дена за годишен одмор.

Во Југославија обично биле еднаш (44,5%) или пак (2 до три пати. (33,4%) во текот на последните 5 години. Според нив главните причини за сегашната посета се: "професионалните мотиви" (38,9%) а поретко доаѓа<sup>ат</sup> да се одморат (27,8%) да посетат некои свои пријатели или роднини или пак на лечење. За да се разберат професионалните мотиви вткани во идејата за одмор треба да се има предвид дека чехословачки<sup>те</sup> туристи се професори, музичари, новинари, има доста од медицинската струка и особено многу од техничката (техничар, електро-механичар, лаборант, инженер, електро-монтер, автомеханичар и слично).

Чехословаците на одмор обично патуваат сами. (77,8%). Поретко со пријатели (22,3%) а никако со роднини. За превозно средство користат своја приватна кола (44,5%) а некои дошле и со авион (22,3%) или со воз (22,3%). Во нашата земја се користат претежно со својата кола или пак обично намераваат да комбинираат со автобус, воз, авион или со брод.

Чехословачките туристи се задоволстаа го прифаќаат индивидуалното патување без било какви услуги од патнички агенции (31,2%), поретко се склони кон организирано патување од страна на некоја патничка агенција, она што им понудува комплет услуги (18,3%), исто така како што и ретко се ориентирани и на деловни услуги на некои патнички агенции (16,6%). Комплексирајќи го туристичкото патување или боравок во некое туристичко место како свој зафат тие мислат дека меѓународната економска состојба или оделно "нафтната криза" доста значајно се одразила на нивната концепција за одмор и па дури и на тоа да изберат поевтино сместување (33,4%).

Чехословачките туристи имаат намера да останат по две-три недели (33,4%), а половина од туристите сметаат да останат повеќе од 21 ден. Во тек на тоа време тие планираат да посетат повеќе места и регии (77,0%) а поретко нивната боравок во едно или две места или да го комбинираат својот боравок со патување. Слично се сместуваат или некриваат ил отседнат во луксузни хотели од "А" категорија (36,9%) или пак изнајмуваат приватна соба или куќа (27,7%). Ретко одат на кампови и хотели со туристички категории.

Своје разместувања по сместувачките категории упатуваат на сите три категории од чехословачките туристи, гледано според приходите, односно зависно од стандардот што го имаат дома. За забележување е тежнението да ги задржат нивото на стандардот и во време<sup>то</sup> на одморот и дур

ано можат да го нешто потирнат. Би се заклучило дека одморот е одмор ако човек го задржи стандардот на кој навикнал или ако нешто малку го подигне.

На нивната одлука да ја посетат нашата земја најмногу делувале можностите одморот да се комбинира со "пословни интереси" (38,9%) а значајно било и искуството од поранешните посети (22,3%) или пак желбата или покана на роднини и пријатели да се сретнат (22,3%). Сва апострофирање на професионалните мотиви, на пословните интереси за чехословациите што дошле на одмор претежно како самци во оваа регија многу потсетува на еден случај од литературата. Станува збор за едно туристичко место каде одморот го минувале претежно пословни луѓе. Тие обично како мотив го наведувале пословниот интерес. Продлабочените набљудувања и изучувања покажале дека се работи за здравни причини, но тие се сокривале со едни други мотиви што се неприфатливи за пословниот свет.

Општиот дојам на чехословачките туристи за нашата земја е доста позитивен (44,5%) или многу позитивен (27,7%). Мал е процентот на тие што не се изјасниле или останале неутрални (27,7%). Но за забележување е дека никој од нив не се произнесол дека добил "доста негативен или пак "многу негативен" дојам за нашата земја како во скалата ја имаше и таа можност.

Кога оделно се анализираат условите што ги имаат во туристичкото патување и борава во Југославија се доаѓа до

констатација дека чехословаците очекувале климата да биде добра или просечна, наикольо на подобра (58,9%); физичките особини на земјата, планини, плани и сл. очекувале да бидат просечни или добри но ги затекнале подобра (77,8%); патната мрежа очекувале да биде просечна или добра, наикольо на многу подобра (55,6%); сместувањето очекувале да е просечно или добро, а имало подобра (66,7%); административните прописи - царина, милиција и сл. очекувале да бидат просечни а тие биле подобра (55,6%) или бартакви какви ги очекувале (44,4%); нивото на цените очекувале да биде недоволно - лошо (50%) а се покажало подобра (66,7%); услугите очекувале да бидат добри и како такви се покажале во праксата (66,7%); госталубието очекувала да биде просечно а се покажало подобра (72,3%); храната, гастрономијата, очекувале да биде добра, тав се покажала исто така добра или подобра (66,7%).

Замано во целина според мислењето на чехословачките туристи одморот во нашата земја вклучувајќи ги патните трошоци и други издатоци за нив не биде погоден (72,3%), поретко велат дека за нив не биде скап (27,7%). За чехословаците што дошле на одмор на овој простор у тие што ги водели интервјуто велат дека е многу интересен и привлчан, дека тој ги воодушевува само изразуваат мислење дека е релативно ефикасен туристички боракс. Оттука и тенденција да бараат поволни услови за сместување и услуга, дури и обид сами да се храни

Општо е мислење дека тие го "изаидуваат" просторот со условите за одмор, но секогаш прават споредба со она што го виделе и имале на море. По нивно мислење езерскиот туризам е доста **скап** во споредба со морскиот, а би требало да биде обратно. Чехословаците прават споредба со туристите што идат од западните земји и констатираат дека за нив е овде многу ефтино а за Чехословаците доста скапо. Оттука и чувство дека се тие послаби во потрошувачката па дури и засенети од туристите што доаѓаат од западните земји.

#### Французи

Французите се многу ретки посетители во СР Македонија особено во туристичката Схридско-преспанска регија. Нивното присуство во текот на сезоната било доста случајко и многу на среќа. Нешто позабележително е нивното учество во последниве години што дава до знаење за заинтересираност на француските туристи за овие простори. Оттука и Французите што се затекнати во првата половина од август дотолку стаиваат поинтересни за анализа и изучување. Во оваа туристичка регија се нема уште престава за тоа какви туристи се французите и како какви ќе се остварат на овој простор и туристички услови.

Сите анкетирани французи тврдат дека во последниве 5 години биле некаде во странство. Тие најчесто ги посетувале

европските земји (во просек секој бил во 3,3%). Боневропските земји ретко ги посетувале (34,4% непосетиле некоја од европската земја). Тие што стигле надвор од Европа (13,8%) во просек отишле во 2,7 земји. Нашата земја е во редот на ретко посетените, бидејќи само 18,2% биле два до три пати во текот на последните 5 години. Останатите или прв пат ја посетуваат (59,1%) или веќе биле порано само еднаш (22,7%).

Причините за сегашната посета може да ги бараме во карактеристичното француско живеење и притоа конотекста дека категоријата што е на одмор во Македонија, односно во оваа регија, претежно е надвор од брачните заедници. Имено, 63,6% се неженети или немажени. Треба да се има предвид дека анкетираниите Французи живеат во домаќинства со 2-3 члена (59,1%) или пак со 6 или повеќе членови. (31,8%). Зборот е дека анкетираниите француски туристи дошле нано претежно самци, или од потесни или пошироки домаќинства да побегнат одмор во ваква туристичка регија.

Ако се земе за основа фактот што притоа туристите од Франција се надвор од формалните односи во бракот, и притоа има предвид дека половина од нив се мажи, односно мажи како и податојот дека отишле на одмор со пријатели (59,1%) тоа може да се пратпостави дека нивното туристичко одморство може да се разбере како авантура, дури и како флерт. Понатаму, тоа сознание отвора една друга димензија на одморот, на туристич-

ното патување или боравок во ваква или онаква туристичка реги-  
ја или институција на туризмот. Впрочем, одморот е свој и заслужен и човекот има право да задоволи некои нешта за кои мисли или чувствува дека биле потиснати, одлегани поради различни причини како надокнада на она што свимало или загубило во секојдневието. Грото француски туристи се млади (77,2%) се родени од 1950 до 1960 година, а другите постари и родени пред војната.

Следејќи ја нивната образовна структура се доаѓа до сознание дека француските туристи како претжно припаѓаат на луѓе од образовните институции. Често се работи за професори, студенти и ученици. Ова се потврдува и со степенот на завршена школа. Имено, 36,4% се со факултетско образование, а 52,3% се со гимназиско или стручно или техничко образование. Се добива впечаток дека ученици и професори се отиснале од Франција да побарат одмор во Југолавија, особено во оваа Охридско-преспанска регија. Зборот е дека некои образони и културни мотиви би можеле да имаат значење во избор на правецот, местото и содржината на одморот.

Француските туристи според местото на постојано живеење не се хомогени. Тие идат од различни средини и притоа асоцијација за постојан боравок тешко може да се земе за основа зашто се избрала ваквата туристичка ориентација и боравок. До прилог на ова е податокот што анкетираниите француски туристи припаѓаат на некој клуб, друштво и организација, која всушност делокруг има и туристички активности (9,1% припаѓаат



на некој таков клуб, друштво или организација). Според тоа, тие самите ги сносат трошоците за туристичко патување или бора вок (82%) а својата материјална положба <sup>на</sup> просечните приходе тие се или од позиската скала или се од пониската.

Француските туристи што се анкетирани во Македонија, особено во Охридско-преопанска регија имаат подолг одмор по два дена (86,%) додека другиот процент и повеќе. Годишниот одмор им изнесува обично по 30 дена (31,8%) а останалите имаат и повеќе, особено оние што добиле феријален распуст (59,1%). Општо земено тие имаат доволно време за неделен, особено годишен одмор што ќе го исполнат со една нова и богата содржина.

Нашата земја обично по прв пат посетуваат. Главната причина за нивна посета е одморот (74,7%). Во редот на причини за посета се забележителни културните мотиви (30,2%), научни интереси или транзит. Французите обично дошле со своја кола (59,1%) а поретко комбинираат со воз или авион. Во нашата земја исто така ќе користат или намераваат да ја корист својата кола, поретко комбинираат со автобус или друго. Тие ретко патуваат сами а почесто со пријатели (59,1%) или со роднини. Нако подесен начин на патување го бираат "индивидуалното патување, без било каква услуга од патнички агенции" (63,6%), а поретко се ослобети на некои услуги на патнички агенции а многу ретко <sup>на</sup> комплет услуги што ги дава некоја патничка

агенција. Зборот е дека за време на одморот сакаат сами да се снаоѓаат и го прифаќаат ризикот од тоа патување. Овде може да се рече и тоа дека се носат со уверување дека меѓународната економска состојба и нафтена криза не делувала на нивната одлука и изборот на одморот во странство. (95%).

Француските туристи се сместени или имаат намера да се сместат во кампови (45,5%) или во хотелисо туристичка категорија, односно во домаќинства (31,8%). Доколку во тоа не успеат тие се склони да ја подобрат категоријата и да појдат во вили или бунгалови или хотели од "А" категорија. Податокот од анкетата како да уверува во достоинство две категории на француски туристи. Тие се разликуваат не само по изборот на сместување туку и по економската моќ. Слични тенденции среќаваме и според концепциите што ги имаат за својот годишен одмор. Во првиот случај се има за цел да се посетат повеќе места и регии (68,2%) а во другиот : да се комбинира својот боравак со патување (31,8%). Ова се објаснува или како тежба максимално да се совлада туристичкиот простор и да се посетат повеќе регии и места или да се изгради таква еластична концепција што ќе гарантира не само квалитет туку и сносливи трошоци. Со тоа како едните да отишле да видат и доживеат што посреќа а другите да минат во одмор<sup>от</sup> колку може поевтино.

Веројатно како значаен фактор во ориентациите за сместување е и времето во кое се сака да се отседне. Тенденцијата покажува дека француските туристи имаат намера релативно повеќе да останат во нашата земја. Прото мисли да

отседне две до три седмици (68,2%) а другите два до три дена, или се уште се колебат и незнаат колку ќе отседнат во Југославија. Во изборот на нашата земја како место каде ќе го минат одморот најмногу делувале две нешта. Така едните се ослонети на искуствата од поранешните посети (22,7%) а другите на иницијативи на некои друштва клубови или организации на кои припаѓаат (27,2%). Во рамките на овие два мотивациони фактори се мрешкаат и останатите желби да се посетат познати и пријатели, да се појде од нивните препорани или пак својот годишен одмор да се комбинира со културни и спортски настани.

Поаѓајќи од материјалните издатоци за патот и боравокот во нашата земја, французите некако се подвојуваат. Поголем дел (68,2%) мисли дека со огледна финансиските можности одморот ќе им биде „погоден“, додека другите мислат дури дека ќе им биде ефтин (27,2%). Низните општи поими за нашата земја се или многу позитивни или позитивни. Така мислат французите што се анкетирани во ова место.

Кога посебно се анализирани некои значајни особениности од нашите туристички услови француските туристи констатираат дека : очекувале климата да биде добра а таа ја имале уште подобра, (81,8%); за физичките особениности на нашата земја не се излажале како што очекувале баш така и нашле; патиштата ги очекувале нешто подобри а имале полоши (40,9%); сместувањето мислеа ќе биде полошо, а било подобра, општо е задоволство од сместувањето. Она што го нашле го оценуваат како подобра (90,9%); административните прописи - милиција, царина

очекувале да бидат просечни, а биле подобри (58,3%); цените очекувале да бидат просечни, тие биле подобри (54,5%); услугите очекувале да бидат просечни, ги затекнале подобри (58,2%); гостољубието да биде просечно, а било подобро (66,4%); храната мислење не биде просечна, дури и лоша, наишла на подобрена од таа што ја очекувала (50%).

Французите ретко се среќаваат во туристичкиот простор во Македонија изјавуваат тие што контактирале француските туристи. Тие обично одат во мали групи по двајца и покажуваат склоност да останат анонимни, не се отвараат, не сакаат да се сместат во домаќинствата. Позавне покажуваат склоност кон хотели и кампови. Во првиот случај добиваат комплетни услуги, во другиот можат брзо да го менат просторот доколку тој не одговара. Многу остро се произнесени за домаќинствата што издаваат легла, воздно пак го држат својот систем на живот. "Во станот немаш клуч, треба да идеш на време, не можеш да примаш посета, особено од спротивен пол и слично на тоа".

По нивно мислење се чувствува недостиг на објекти за среден стандард (хотели со три ѕвезди). Она што е или е врвно или пак ги нема основните услови за сместување. Се добива впечаток дека она што е негативно од туризмот во Франција како многу да процрело и седе. Така на пример, "односот на келнерите према парата на гостинот, спороста во услугата, несолидни услуги, недостиг на паркинзи, квалитетни

санитари, неоригинални и скапи сувенири и слично. Одделно расправаат за случки во кои се гледаат тие тегоби од поплава, од неисправно купатило и тоа го анализираат за да кажат на она што ги нервира било во условите или услугата. - "цела ноќ капеше купатилото и неможев да заспијам".

Французите во својот амбиент се многу слободни. "беше гол во купатилото" расправа еден од интервјуист и само се покри со крпата, до седна и да одговори на прашањата. Обично одбиваат да кажат нешто за своите материјални примања - но ја откриваат својата економска моќ и финансиска сила. Слично се однесуваат и кон прашањата што ја разоткриваат неговата личност или што ги отвараат интерперсоналните односи во кои влегле за времето на туризмот. Но, затоа со задоволство зборуваат за она што го виделе и го осмислуваат она што го доживувале - "со инспирација зборуваат за земјата, луѓето, за начинот на живот и слично".

### Италијани

Италијаните исто така се ретки гости во Македонија, особено во Охридско-преспанската регија. Нивното појавување на овие простори како да било случајно. Поаѓајќи од тоа вознание сме заинтересирани да ги изучиме како туристи и некои извесни надежи дека во наредниот период ќе се јават почесто ако веќе откриле доволно привлечни мотиви. Италијаните се наши соседи и тие одат со големи амбиции во туризмот.

Оттука и уверување дека низ нивните туристички ориентации и содржини ќе наслутиме и видиме одделни поимања и композирања на туристичките текови.

Најнапред се констатира дека од Италија дошле туристи што потекнуваат од различни центри. Имено, една поголема група дошла од центар што има повеќе од пола милион население (42,3%). Втората група се претпоставува дека доаѓа од средни градови што имаат од 50 до 200.000 население (30,7%) а третата од мали градови со население од 10 до 50.000 жители, (22,7%). Ванвата структура, со оглед на местото од каде доаѓаат италијанските туристи, навестува разлики во одморот што се условени пред сè од условите на работни живот.

Да поменеме и тоа дека италијанските туристи не се членови на некој клуб, друштво и организација што во својата дејност предвидува и туристички активности (80,7%) не се членови на такви организации).

Првие туристи во текот на последните пет години скоро без исклучок пропатувале во повеќе европски земји така што на секој од нив му паѓа во просек да посетил скоро по 4 земји (3,8%). Еден добар процент од нив (38,4%) посетил и некои noneвропски земји. Голем број од туристите (61,5%) повеќе пати ја посетиле Југославија. Сепак меѓу нив има и такви кои биле само еднаш (19,2%) или поточно, сега по прв пат доаѓаат во нашата земја (19,2%).

Италијанските туристи според возраста како да се групирани во две групи: една што се родила пред „Вториот светски мир,“ (53,8%) и една друга група родени подоцна па се до швесетите години (46,2%). Повеќе од половина се мажи (63,6%) и оженети. Да поменеме и тоа дека туристичко патување пошле со роднини (53,8% и пријатели (36,4%). Зборот е дека италијанските туристи не дошле сами туку обавезно со своите роднини и пријатели така што нивното одмарање значи промовирање и зацврстување пред се на роднинските и доста често на пријателски поврзаности. Веројатно овде се крие уверувањето дека човекот најдобро се одмара меѓу свои и познати луѓе, односно туризмот во странство најквалитетно се остварува со свои роднини и пријатели на кои во евентуални случаи можеш да се ослониш.

Италијанските туристи потекнуваат од домаќинства и фамилии со релативно помал број членови. (Од домаќинства со по три члена се 80,7%, односно имаат по 3 члена во семејството 84,6%). Освен тоа забележително е и групирањето на италијанските туристи со оглед на образовното ниво. Ретки се туристи со завршена основна школа или школа за ученици во стопанството - Индустриска школа. Грото се со завршено средно образование, (Гимназија или средна стручна школа се 46,1%) или пак со рено и високо образование (38,4%). Тенденцијата е апострофиран дека Италијаните релативно независно од образовната спр се насочиле за одмор и пропатување по Југославија.

Овие разлики според местото на постојано живеење, според образовната спрема на некој начин се изразени и во висината на материјалниот доход. Имено, и тука се покажуваат три групации со видливи разлики во примањата. Така првата група со просечни примања до 200.000 лири  $\text{€}$  застапена со 44,4%, втората со примања до 300.000 лири  $\text{€}$  застапена со 25,9%, а третата со примања над 300.000 лири  $\text{€}$  застапена со 29,6%. Во оваа смисла треба да се рече само тоа дека сите структури на италијанското општество според доходот побарале за годишен одмор да ја одберат Југославија.

Италијанските туристи во анкетата изјавиле дека имаат по два слободни дена во неделата за одмор. Ретки случаи се кога имаат повеќе. Ова особено се однесува за луѓе што се самостојни приватници, слободни професии и невработените и пензионерите. За годишен одмор има<sup>ат</sup> по 30 дена, ретко кога и повеќе<sup>е</sup>.

Овде тие со слободни професии, приватници и невработени или пензионерите просто не знаат како да одговорат и ги креваат рамената велелјни "зависи" (50% од одговорите се од таа природа).

Главната причина за посета на Југославија е желбата за одмор (73%). Другите велат дека дошле поради транзит, желба да се посетат пријатели и роднини, поради професионални причини и слично. Италијанската група на туристи е моторизирана (76,9% и има<sup>ат</sup> повеќе<sup>то</sup> автомобили. Останатите дошле со ~~железнички~~ или користеле повеќе видови превоз; воз, автобус, брод и сл.) За забележување е дека во нашата земја користеле и намераваат да користат уште поизразито свое приватно возило (85,4% изјавиле дека ќе ја користат својата кола).



На прашање дали сегашната меѓународна економска ситуација, поготово така наречената "нафтена криза" со своите последици на трошоци за патување и на цената на бензинот, делувала на нивната одлука за одмор во странство, категорично одговараат одречно. Само 7,6% се колебале и рекле дека таа криза подделувала да се откажат од употреба на својата кола или да ја одберат токму Југославија како погодна за одмор. Италијанските туристи се карактеристични токму во начинот на патување. Тие без исклучок одбираат индивидуално патување, без било какви услуги на патничките агенции. Како мала група со роднини и пријатели го земаат ризикот на неизвесното и отседнуваат таму и толку колку им се допаѓа. Со тоа одморот го компонираат како модус да се ослободат од институциите, дури од оние што се наменети да им услужат во одморот.

На одлука да ја посетат нашата земја најмногу повлияа искуствата од поранешните посети (38,4%), поглавнички препораките на пријатели и роднини што веќе ја посетиле нашата земја (19,2%) како и одредена комбинација со пословни интереси (11,5%). Ослонети на своето искуство од поранешните посети, на искуствата од свои пријатели и роднини како и на својата комбинаториска способност, на пословни интереси со одморот, италијанските туристи се квалитетно насочени во Југославија и немаат потреба од специјализирани институции на туризмот што би имале задача да им излезат во пресрет и со услуга.

Италијанските туристи според тоа каде отседнале и намераваат да отседат пак се поделени во групи и тоа под еднакво застапени. Едни се сместиле и/или бараат да отседнат во камп (57,8%), додека другите во хотел. Прото од оваа втора групација отседнала или намерава да отседне во хотели од "А" категорија (34,6%). Во тоа како го конципирале одморот исто така меѓусебно значајно се разликуваат. Едни намераваат за време на одморот да боравт во едно или две места. Други да посетат повеќе места и регии, трети да го комбинираат својот бораок со патување. Трите модуси за одмарање се застапени и силни. (по една третина). На ова ако се додаде податокот дека имаат намера да отседнат по две три недели и повеќе, (34,6% ќе отседнат две а 30,7% по три недели и повеќе), тогаш може со голема сигурност да се суди за изградениот концепт за одмор во Југославија.

Компарирајќи ги своите информации и прогнози за нашата земја, односно условите за туристичко патување и бораок со она што го виделе и почувствувале, италијанските туристи констатираат: за климата, претежно очекувале да биде лоша, а била добра (73%); за физички особености на земјата - планини, плани и сл. очекувале да бидат просечни, а нашле на многу добри (80,7%); патиштата очекувале дека ќе бидат лоши, а нашле на по-добри (50%) или бар на такви какви ги очекувале (50%); сместувачните капацитети очекувале да бидат просечни а нашле

на многу подобри (65,4%); административните прописи милиција, царина и сл. очекувале да биде полоша, а нашле на подобра (84,4%); нивото на цените очекувале да се поклопи со нивни прогнози дури да бидат полоши, а нашле на подобри (50%); услугите ги прогнозираше како просечни и со тенденција кон полоши, а ги нашле како просечни, но со тенденција кон подобри (50%); гостољубивото очекувале да биде просечно а нашле на подобра (73%); храната гастрономијата очекувале да биде просечна, а нашле на подобра (65,4%).

Општ е впечатокот дека италијанските туристи добро ги пресметале туристичките услови во Југославија, дека се квалитетно информирани врз основа на своите искуства и на искуствата на пријателите и роднините и дека се надевале дека ќе минат добро на своето патување и боравок во Југославија, а минале уште подобра.

Според мислењето на тие што го воделе разговорот се покажува дека италијанските туристи се претежно транзитни патници кои одат и се враќаат од море, особено од Грција. Опремени со моторни возила, расправаат за патот што го минале и за тегобите што ги снашле во чекање и неадекватна услуга. Обично ја критикуваат организацијата на работа и лошата неадекватна услуга. Интересно е и тоа што италијаните обично поаѓаат од една престава за северна Југославија и се обидуваат животот на Југот да го разберат како друг ритам, односно друг систем на живот, менталитет и слично. Со задоволство го

апострофираат гостољубивото и природните убавини но ги гледаат социјалните разлики. Се добива впечаток дека тие за кои можеше да се претпостави дека се во понисок стандард и поголеми примања како да тежнееја да се прикажат во поскумна ситуација и обратно: Тие за кои се претпоставува<sup>ше</sup> дека се во пониската скала, тежеа да се прикажат со примавата покоски. Со тоа ги ублажуваа разликите и оние екстремни во стандардот што би можеле да бидат, според нивните помалку високи пречки во престојувачето како туристи.

### Англичани

Англиските туристи што дојдов во СР Македонија, особено во Охридско-преспанската регија, во текот на последните 5 години боравле доста често во странство. (75%). Повеќето од нив отишле во посета на европските земји, помалку во земјите во Европа. Во просек секој посетил скоро по 4 земји во Европа (3,9%) Сепак боравокот и во неевропските земји е доста значителен бидејќи половина од анкетираниите посетиле некоја неевропска земја. Оттука и констатација дека Англичаните не доаѓаат само во Европа туку многу често (особено поединци) одат и во земјите во нашиот континент.

Како по некое правило сите анкетирани од Англија се членови на некој клуб, друштво или организација која во својата дејност предвидува и туристичка активност. За ова патување во странство сами ги снесат издатоците (86,7%) и многу

ретко имаат делумна партиципација од други институции.

Туристите од Англија доаѓаат од градови со над пола милион жители. (30%). Но многу често и од градови од 50.000 до 200.000 жители (50%). Претежно се со више и високо образование (77,8%) и половината родени пред војната, а другите после „Вториот светски мир“. Повеќе од една половина од туристите се од машкиот пол (66,7%) и воглавном оженети (66,7%). Од ова произлегува констатација дека туристите што ја посетиле Македонија, односно оваа нејзина регија, веројатно ги воделе некои подлабоки мотиви отколку самата промена и проста радозналост.

Попрецизната анализа на податоците покажува дека половина од туристите се луѓе што живеат со повеќе членови во домаќинството па се до 4 и 5 а другите со релативно помалку, односно се млади брачни парови. Нивната имотна состојба покажува дека имаат просечни примања до 200 а доста често и преку 300 фунти.

Англичаните имаат по два слободни дена во тојот неделата, а годишен одмор често преку 20 до 28 дена. Ретки се случаи да имаат поголем годишен одмор од 30 дена. Тие доста често доаѓаат за прв пат во Југославија (25%) и голем процент натие што веќе еднаш биле во нашата земја (41,6%). Сега дошле со сопствена кола (91,6%) и намераваат со неа да ја минат Југославија. Покрај тоа тие некако комбинираат и користат брод, било при доаѓање или боравањето во Југославија. Нафтната

криза не делувала на нивниот одмор, а тие што рекле дека делувала обично велат дека таа ги присилила да се откажат од патувањето со својата кола.

Како подесен начин за одмарање низ Југославија го одбрале патувањето со роднини (66,7%) а поретко тргнале со пријатели или сами. Освен тоа карактеристично е дека половината патуваат индивидуално без било каква услуга на патнички агенции или се користат само со делумни услуги на патничките агенции (41,6%). Главната причина за посета на нашата земја е одморот (63,4%) и поретко посета на пријатели и роднини. Тие намераваат да бораат една недела (50%) а ретко повеќе. Доста од нив (25%) се колебаат и се уште незнаат колку ќе отседнат. Земјо во целина нивната намера е да посетат едно или две места и тука да го минат одморот (63,3%). Тие се сместени претежно во кампови (41,6%) а исто така имаат намера да променат и отседнат во хотели (25%).

Мотивите за посета на нашата земја се претежно условени од роднините и пријателите. Затоа се ослониле на препораките на тие што ја посетиле нашата земја (41,6%) или пак се развила желба да ги видат односно да ја прифатат поканата за посета на своите пријатели (16,7%). Англиските туристи мислат дека одморот во Југославија вклучувајќи ги и патните трошоци и парични издатоци ќе им биде погоден (60%) дури и и ефтин (30%).

Општиот дојам за нашата земја е многу позитивен или доста позитивен (90), Кога детално ги анализираат условите

и ги споредат со очекувањата констатираат дека: климата очекувале да биде просечна а таа се покажала подобра (70%); физичките особености на земјата, планини, плажи и сл. ги очекувале просечни, а кај половина се покажале подобри; патните очекувале да бидат просечни а тие и такви се покажале (100%); сместувањето очекувале да биде просечно, тоа се покажало подобро (60%); административните прописи - царина, милиција очекувале да бидат просечни и како таква се покажала (70%); цените очекувале да бидат просечни и на такви ивици (70%); услугите очекувале да се просечни а тие биле и такви, иако во чести случаи (40%) и подобри. Гостољубието очекувале да биде просечно а тоа било сепогаш подобро (100%), храната очекувале да е просечна а таа била често подобра (70%).

Англичаните според водените разговори и покажале како доста ако не и многу ретки во овие туристички простори. Меѓутоа, оние што се среќаваат обично дојдо повеќепати. Тоа се транзитни туристи и во Македонија релативно малку се задржуваат. Мотивите за нивната посета се свртени кон квалитетен одмор и со интерес се однесуваат кон културните споменици и воопшто кон културните особености на дадената асоцијација.

Структурата на гостите е доста различна што зборува за несообразност со тоа пазарно подрачје. Се добива впечаток дека, и Англичаните го извидуваат овој туристички простор без подого да се задржат во него. Обично

отседнуваат во хотели од врвна категорија и со задоволство прифаќаат разговор на туристичка тема. По младите сами го финансираат својот одмор (а не нивните родители) и се назираат некои авантуристички мотиви во одморот. Интересно е да се раскаже случајот на една туристичка која отседнала во една типично градска, но дива плажа." . . . На плажата имало доста странци заедно со мештаните. Странничката ги собрала сите хартии од плажата и другите отпадоци во една пластична вреќа. Мотивирана веројатно од идеите за заштита на природата и човековата околина, таа ги собрала пред очите на сите напачи. Ова делувало како шок особено на мештаните.

### Австријци

Австријците се изразито подвижни како туристи во последните 5 години. Сите биле во повеќе европски земји и посетиле во просек 5-6 држави. Меѓу нив скоро една третина (29,4%) посетиле и по две до три европски земји. Ваквата подвижност секако не е поврзана со нивното членство во некој клуб друштво или организација што во својта дејност има туристички активности (82,1% не се членови на некој клуб или организација). Трошоците за патувањето ги сносат во потполност сами (70,6%). Според месечните примања протото имаат до 10.000 шилинг (50%). Во случаи кога се работи за омажени или оженети примањата на сопругот или сопругата одат до 15.000 шилинг



Туристите од Австрија што ја посетиле СР Македонија и особено Охридско-преспанската регија се релативно постари (47%) родени од 1925 до 1935 год. или пак изразито млади родени во 1955 до 1960 година. (29,4%). Грото се во брак (64,7%) и претежно живеат во мали домаќинства од три до четири члена, односно во уште потесни семејства од два, особено до три члена (41,1%).

Туристите од Австрија претежно се од големи градски центри со население од преку пола милион (53,4%) или од градови од 200.000 до пола милион жители (50%). Образовната структура на овие туристи изразито е висока бидејќи голем процент се со завршено више или високо образование (50%) Другиот број е приближно еднакво распределен по сите други категории.

Австријците имаат обично <sup>во неделата</sup> по два слободни дена за одмор (68%) додека во поретки случаи имаат по еден (25%). За годишен одмор имаат до 30 дена, поретко помалку. Меѓутоа, има доста голем број (ученици, студенти, и професори) што имаат повеќе слободно време во годината (ваканција). Во групата на австриски туристи има и такви што за прв пат ја посетиле нашата земја (23,5%) или пак луѓе што само еднаш биле во Југославија (11,7%). Сепак грото веќе биле два-три пати во Југославија а доста често и по 4-5 пати во текот на последните 5 години.

Мотивите за посетата се одмор (82%) а поретко културни причини или транзит. Тие пошле на годишен одмор со своја кола и во Југославија и со неа се слушат. Обично

патуваат со свои роднини (38%), поретко со свои пријатели и скоро незначително сами. Во таа смисла треба да се рече дека поголемиот дел од австриските туристи се мажи (64,7%). Тие како најдобар модел за свој годишен одмор велат дека индивидуалното патување без било какви услуги на патничките агенции (100%). Во тоа апсолутно не им смета меѓународната економска состојба и нафтната криза. Сите изјавиле дека меѓународната економска состојба не делува на нивниот одмор и изборот на правецот и местото за туристично одмарање.

Австриските туристи имаат намера да останат две недели во Југославија, (58,6%) со цел да посетат повеќе места и регии (47%). Поретко намераваат да се задржат во едно или две места или да го комбинираат борањето со патување. Тие се сместени во камп (52,9%) и ретко во хотел од "А" категорија. (17,6%). Интересно е дека имаат намера да комбинираат со хотели од туристичките или хотели од некои врени категории (23,5%).

Треба да се има предвид дека тие пошле во Југославија претежно врз основана искуството што го имале од поранешните посети, (58,8%). Мал процент се ослонува на препорака од нашата патничка агенција, на иницијатива на некој клуб или друштво или организација што во својата дејност има туристичка активност, на препорака од пријатели што ја посетиле нашата земја или на некоја комбинација со пословни интереси.

За Австријците Југославија е многу погодна за годишен одмор. Тие со оглед на своите лични можности се

надеваат дека погодно ќе минат (82,3%). Ретки се случаите да мислат дека во Југославија може ефтино да се мине одморот (11,7%) а уште поретки дека таа е скапа со оглед на нивните можности.

Општиот дојам за нашата земја е доста позитивен (70,6%). Мал е процентот на тие што рекле дека е многу позитивен а уште помал на тие што се воздржале да го изнесат својот впечаток за Југославија (11,7%).

Кога се анализираат одделни атрибути што ја чинат нашата туристична земја во споредба со она што го очекувале тие констатираат дека: климата очекувале дека ќе биде просечна, а таа била подобра (70,6%); физичките особини на земјата, - планини, плажи и сл. очекувале да бидат добри а тие биле подобри (70,6); патиштата очекувале да бидат просечни а некогаш добри, но се покажале дека се просечни (52,9%) и дури лоши (47%); сместувањето очекувале да биде просечно и доста често лошо, а се покажало како просечно (82,3%); административните прописи - царината, милицијата очекувале да биде просечна, а се покажала исто така просечна (64,7%); ниво<sup>о</sup> на цените очекувале да биде просечно дури и полошо но се покажало пак просечно (70,6%) и дури подоро; условите на услуги апсолутно очекувале да бидат просечни а се покажале во најчест случај како просечни (88,2%); гостољубивото очекувал да биде просечно а се покажало како подоро (58,8%); храната очекувале да биде просечна, а таа и таква била (58,8%, а некои рекле дека била и подобра (41,2%).

Германци

Последниве години, особено оваа наодојде навала од германски туристи. Тие како да ги пр<sup>е</sup>исл<sup>е</sup>аа главните осни на сообраќајот во Македонија и навлегоа во туристичките простори да зафатат се позначајно место во туристичките текови. Германскиот јазик стана се позначаен во комуникацијата, а германците квалитетни гости во туристичките места и објекти.

Со особено задоволство истакнуваат угостителите се очекувани Германците од една проста причина што се заинтересирани за поширока и квалитетна туристичка услуга. Нелнерите велат дека германските туристи со задоволство одат на многу вонпансионски услуги.

Ваквата навала ги диференцира како многу квалитетни гости во туристичкиот простор во Македонија и особено во Охридско-преспанската регија. Ова дотолку повеќе го привлеко виманието на туристичките работници бидејќи ваквиот продор обично не бил програмиран. Оттука нивното присуство се толкува како типичен израз на онаа непланираност во туристичките текови, она што доаѓа просто како дополително. Ова во многу придонесува да се резидира концепцијата за трагање по гости, брзо да се менува и адаптира туристичкиот тен на реалните потреби што ги покажува германскиот турист. Се со цел тој гост (германецот) да биде квалитетно задоволен за да не пошали што ја избрал дадената регија, односно одреденото туристично место или објект.

Германците обично дошле со своја приватна кола (94,3%) и ретко на некој друг начин. Тие во нашата земја намерават и го користат тоа превозно средство. Се сместиле или намераваат да се сместат или во кампови (31,4% или во хотели од врвна категорија 31,4%). Според податоците низ нив се дефинира германскиот турист во одморот така што не е типично нивното сместување во хотел со туристична категорија, изнајмена соба или куќа или другосместувалиште.

Германците имаат намера да посетат повеќе места и регии (81,4%). Мал е процентот на тие што намераваат да борават во едно или две места, односно што ќе го комбинираат својот боравак со патување. Токму поради тоа наоѓаат кајко навала што го окупира цел<sup>но</sup> туристички простор за да заминат на некое друго место и регија, односно остават простор за нови бранови од германски туристи. Земено во целина тие ќе борават до 7 дена во нашата земја (48,5%) а доста често остануваат и по две недели (28,6%).

Во изборот на нашата земја, германските туристи се ослониле на искуството од своите поранешни посети (30%), меѓутоа и на препораките од пријателите и роднините што веќе ја посетиле нашата земја (40%). Другиот процент се однесува за други извори на информирање меѓу нив родителите, пријателите што ги имат во Југославија и желбата да ги посетат, односно да се јават на поканата (12,8%). Потоа, доаѓаат

рекламите во весниците, часописи, проспекти итн.

Во изминатите 5 години германските туристи претежно само еднаш ја посетиле Југославија (52,6%), поретки сè тие што биле два до три пати (21,4%) а многу ретки оние што веќе боравле 4 до 5 пати (5,7%). Значајно е да се помене дека има и такви туристи што по прв пат доаѓаат во Југославија (19,3%). Општо земено Германците се туристи што релативно малку ја посетиле нашата земја. Во склад на ова интересен е податокот што покажува <sup>дека</sup> Германските туристи пошле на одмор во Југославија или со свои и роднини (42,3%) или со пријатели (30,5%) така што ретко дошле сами (17,1%). Ваквото групирање дава можности да се анализираат искустава за камарата, одморот да се проведе во Југославија.

Германските туристи дошле во Југославија да се одмараат (47,1%), поради транзит (30%) или пак поради културни причини (11,4%). Тие пошле на пат без било какви услуги на патнички агенции (94,2%). Отуда едно интересно сознание за германските туристи што избегнуваат посреднички институции во прибирање на информации за нашата земја, односно во одлучувањата организацијата на патувањето и туристичкиот бораок. Ова укажува дека туризмот и воопшто одморот за разлика од другите нешта во животот и работата најмногу ако не и исклучиво се ослоува на проверени и потврдени искуства. Правецот на патување и местото за одмор мора да биде композирано сè само преку вгзатни податоци и искуства, а не преку обработени и дотерани

информации што ги сугерираат институциите на туристичката пропаганда.

Германските туристи во текот на неделата имаат по два слободни дена за одмор. (70%) ретки се случаи работата што ја обавуваат да им <sup>1</sup>дозволува повеќе слободни дни. Исто така ретки се случаи кога <sup>се</sup>има само еден слободен ден во неделата за одмор. Годишниот одмор на Германците обично изнесува 28 дни (18,5%) но поголем дел користат помал одмор (67,1%). Ретки се случаи да се <sup>1</sup>користи поголем одмор од обичниот. (12,8%).

Германските туристи што дошле во Македонија, особено во Охридско-преспанска регија потекнуваат од средно развиени градски центри. Така една група доаѓа од поголеми градски центри што има <sup>ат</sup>до 200.000 жители (27,1%), други <sup>те</sup>од градови од 20 до 50.000 жители, <sup>1</sup>итрети од градчиња до 10.000 жители (25,7%). Има случаи да доаѓаат и <sup>од</sup>градови со пола милион жители (11,4%) или од село (4,2%). Зборот е дека оваа регија ги привлела луѓето од сите асоцијации релативно независно од големината но при тоа останале доминантни, <sup>1</sup>дале почат на посетата токму <sup>1</sup>туристите од средно развиените градови.

Туристите што ја посетиле Македонија и особено оваа регија скоро без исклучок се луѓе што во текот на последните 5 години посетиле многу земји во Европа и другите континенти. Општа карактеристика за овие германски туристи е дека посетиле 4 до 5 земји во Европа, доста често и некои воизвонпроп-си земји (14,2%). По нивно мислење меѓународната економска

ситуација и во тој контекст нафтената криза не делувала на нивниот одмор и правецот на летување или на мотивот да ја посетат Југославја (97,1%). Да поменеме и тоа дека германските туристи не се организирали во некои клубови, друштва или организации што во својот делокруг имаат туристички активности (95,7%). Тие за својот годишен одмор сами го снесат трошокот (98,6%). Зборот е дека оваа масовна посета на Германците (посетиле многу земји) не е нити условена од некоја организација, нити пак материјално стимулирана од институциите на германското општество.

За забележување е дека ваквата туристичка подвижност не ги зафаќа подеднакво мажите и жените. (мажи 75,7%), но затоа пак станала карактеристична како за тие што се во брак така и за тие што се уште не се или моментот што се вон од тие односи. Според тоа туристичката подвижност ја прифатиле се уште претежно мажите, релативно независно од тоа дали се во брачни односи. Следејќи ја образовната структура на туристите доаѓаме до сознание дека германците се претежно со средно образование. Воглавно се соопшени гимназија, (32,8%) со индустриска школа (17,1%) потоа со средно сручна и техничка школа (12,8%). Но всушност треба да се укаже и на податокот дека доста е значаен процентот на туристи што <sup>в</sup>ршиле некоја виша школа (19,8% или пак факултет (14,2%). Оттука констатацијата дека сите образовни структури од германското општество дури и тие со основно образование (8,5%) дошле на одмор во Југославија, односно во Македонија и во оваа Охридско-преспанска регија.



Германските туристи потекнуваат од релативно помали домаќинства во кои има најмногу по 4 членови (31,4%), односно семејства во кои пак има по 4 членови (37,1%). Идентични индици иако да упатуваат на поистоветување на поимот домаќинство со поимот семејство. Но некои статистички сооднеси покажуваат на извесни специфичности во фамилијарниот живот. Иако е дена старите поимања на домаќинство и семејство се заградени со некоја друга и нова асоцијација на живот што е условена од поделбата на организацијата на работа, согласно на тоа и на подготвено за живот. На таа основа можат да се претпостават луѓе кои имаат свои домаќинства и семејства а сепак тие живеат настрана на некое друго место што го диктира работата и професионалната обврска. Ова го поменуваме затоа што одморот особено годишните престојува во тие случаи модус да се сретнат своите со тоа да се зацврстат односите во бракот, семејството или домаќинството. Тоа е време едни на други и на непосредните односи да си посветат внимание и да имаат индивидуални доживувања:

Германските туристи отворено изјавуваат дека одморот пресметувајќи ги тука и патните трошоци и други издатоци што ќе ги имаат во Југославија за нив ќе биде ефикасен (65,7%), поретко мислат ќе биде погоден (30%) а воопшто мал е процентот на тие што рече дека за нив ќе биде скап (4,3%). Ова е сосем доволна основа да се разбере приливот

масовен туристички продор на германски туристи што ја преплавиле Југославија и оваа регија на Македонија.

Кога се земаат за основа просечните примања на туристите по глава на член се доаѓа до констатација дека во СР Македонија, односно Охридско-преспанска регија дошле сите категории. Југославија е привлечна за туристи со разни примања. Доминантни се туристи со просечни примања по 2.000 марки (32,8%). Исто така голем е процентот на туристи што имаат посечен месечен доход до 2.000 марки (25,7%). Другите се во главно подједнакво присатни и се карактеристични за тие со доход до 1.000, односно за тие со доход од 2.000 до 3.000 марки.

Општиот дојам на германските туристи за нашата земја е претежно „неутрален“ (47,1%) и поретко доста поволен (40%). Вистина дека мал процент од туристите велат дека е доста негативен (5,7%) но исто така мал е процентот што се изјаснил многу позитивно (7,1%). Во секој случај за забележување е што Германците се држат „неутрално.“ Тие не се воодушевени но не и разочарани туку просто го задржуваат вистинскиот тон за себе. Кога оделно ги анализираат условите што го чинат туризмот и го споредуваат со она што го очекувале констатираат дека : климата очекувале да биде просечна, а таа била подобра (81,4%); физичките особености на земјата, планините, плажите и слично очекувале да бидат просечни, а тие биле подобри (31,4%) и дури забележително подобри (67,1%); патништата очекувале <sup>дека</sup> ќе бидат просечни и дури лоши, а тие се покажале како просечни (64,3%); сместувањето очекувале да биде просечно, и такво го затеннале (64,2%) но и со тенденција

кон подобро (28,6%); административните прописи, царината, милицијата очекувале да бидат просечни а се покажале подобри (51,4%) или онакви какви ги прогнозирале (45,7%); нивото на цените очекувале да биде просечно а се покажало пак како такво (58,6%) и дури како подобро (41,4%); услугите очекувале да бидат просечни дури <sup>и</sup>достатечно лоши а се покажале онакви како ги очекувале, како просечни (60%) иако има поделени кои тврдат <sup>дека</sup> се подобри (20%) или лоши (20%); гостољубивото очекувале да биде просечно тоа се покажало подобро 51,1%; храната очекувале да <sup>биде</sup> просечна, а таа се покажала пак како просечна (48,5%), но со тенденција, иако подобра отколку што ја очекувале).

Погајни од овие поволни искуства од својот туристички боравак или патување во нашата земја, како и од податојкот дека германските туристи што ја посетиле Македонија и Охридско-преспанската регија се млади до 30 годишна возраст (70%) останува <sup>и</sup>отворено прашањето зашто германските туристи покажуваат воодрживост, она што го имаат како општ дојам за нашата земја.

Според мислењта <sup>а</sup>на тие што го воделе разговорот германците се <sup>и</sup>повеќе дојдени во транзит билејни или одат а обично се враќаат од море. Заинтересирани се за "мир, тишина и квалитетни услуги". Нивните импресии укажуваат дека се "неуедначени условите за туризам" и даваат мноштво прим <sup>а</sup>биди

на сметка на хигиената, опременост на сервисите, на квалитетот на услуги, на обносни<sup>та</sup> на месџаните према гостите (но тука обично се раздвојуваат за нешто што кајте ги оценуваат за <sup>на</sup> дисциплина жените го истакнуваат како квалитет.)

Поради тоа што кратко отседнуваат во даденото место тие се уште немаат престава за посмрката околина и за знаменитостите и културни споменици и природни реткости. Оттука прашуваат што може да се види, се консултираат меѓусебе или конста<sup>ат</sup>тираат квалитетни можности за развој на туризмот за уредување на туристичниот простор и слично. Треба да се констатира и тоа дека се наоѓаат во атмосфера во која постојано се шегуваат, расправат вицеви и смешки, се зафаќаат со многу жолчни дискусии обично за едноставни и дури битни теми. (жолчна расправа за кафеџо).

Германците обично одат добро опремени и во мали групи (потесно семејство на маштана, ретко и деца), но затоа со свои познати и пријатели што дошле со кола. Нивниот стандард е сепак подобар (се гледа во опремата) а и самите велат Југославија за нив "на е скапа". Сва се совпаѓа со мислење<sup>та</sup> на угостителите кои тврдат дека Германците се склони да потрошат во војпансионски усл<sup>би</sup>и некогаш повеќе од она што е задоволување на основните потреби во одморот.

Општи тенденции

Социјалистичка Република Македонија станува иште ресна и се поинтересна за странските туристи. Главните правци за морето минуваат низ Македонија<sup>а</sup> ја дефинираат како многу подесна за транзитните туристи. Главните оски на сообраќајот, она што врви по Вардарската долина и преку Георгелија за Грција односно Егејското Море, како и Јадранската магистрала што се продолжува преку Западна Македонија до Грција, се секако димензии што го осмислуваат туристичкиот простор со езерата и културно-историските споменици, со природни реткости, како и со специфичностите на нашиот национален и социјален живот.

Настанале битни промени во самото поимање на она што се мисли транзит. По<sup>п</sup>латното задржување на туристите во СР Македонија станува се поголемо, а во стопанска и социјална смисла се позначајно. Зборот е дека добрите комуникации, пријатни<sup>е</sup> предели, добрите услови за<sup>б</sup>оравок во многу придонесуваат привремениот боравок на транзитните гости да се продолжува. Во прилог на ова оди се поквалитетните средства и опременост на туристите со своја приватна кола. Ова придонесе чешањето на премин во друга земја да не се изведува на граничната мога, туку во разгледување на<sup>ш</sup>ироките услови на дадениот простор. Место да се чека како некогаш на границата, тие ја крстосуваат Републиката и особено се интересираат за туристичките локалитети.

Кога зборуваме за годишен одмор и особено за негова квалитет, обично се има предвид она што го дава морето.

Поправило одморот се изведува на море. Она што останува во местото на постојано живеење, она што оди во блиската или подалечна околина како да не го има она што го дава или барем што значи за угледот одморот на море. Сепак во последните години настанува едно расчленување на поимот годишен одмор, на едно продлабочено и по содржина и по форма одмарање. Тоа придонесе годишниот одмор да се изведува низ своите специфичности и низ мноштво насоки. Таа и таква тенденција придонесе да се диференцира како посебен одморот на езерата и особено на тие што останале чисти со својата исконска природа и кротка рамнотежа. Ова се секако само првите чекори низ кои езерата и реките, планините и шумските предели и бараат да го зафатат својто место и улога во туризмот. Во нашите услови со Охридско-преспанската регија и системот на езера со Дримот и Радика, отвараат можности за одмор што се компаративни со она што го дава морето и дури пробудените туристички места и туристички метрополи. Зборот е дека езерата и планините, шумите и природните реткости не ги прифаќаат само туристите што претакле од походот кон море, ниту пак само тогаш кога пропатуваат во правецот на морето.

Во туристичните процеси се забележуваат две многу изразити тенденции. Една која поаѓа од сознанието дека одморот е "празничен момент" за кого во текот на годината се штедело, се подготвувало, се размислувало и комбинирало, се со цел да се збогати содржината, квалитетно да се одбере и

дури моделот за туристички<sup>от</sup> одмор и одмарање. Се работи за она уверување дека туризмот е потрошувачка и тоа многу интензивна за која човекот се подготвува, па често и позајмува. - кредит за годишен одмор.

Една втора тенденција во туристичките процеси како да поаѓа од сосем спротивна основа и разбирање. По нивните уверувања главните средства се потребни за животот и за условите каде што постојано се работи, твори и живее. Поради тоа одморот треба да се искombинира така за да може ефтино да се помине. Ваќвите туристи прилегаат на "јата" што пролетуваат од едни предали заедно со родот и пријателите и долетуваат во други - на југ. Но, сепак тие очекуваат даровлива природа што ќе ги прифати. Во спротивен случај тие повторно полетуваат се додека не најдат поподобни услови за ефтино одмарање.

Врз основа<sup>на</sup> ова туризмот и туристичките текнови се јавуваат со своите многу интензивирани потрошувачи. За многу кратко време може да се потроши она се што се спечалило. Дните на годишниот одмор се способни да голтнат цело богатство. Но оваа друга тенденција својата логика (во извесна смисла иако логиката на хипите) односно на номадите, како да претпоставува дека годишниот одмор дава можности да се мине ефтино и со тоа дури да се заштеди, ако не<sup>и</sup> заработи за да се одржи животот во текот на годината. Впрочем, одредни регии и туристички места сеполни и преполни се гости, но тие сепак би пожелувале повеќе да речеме дека "глумат" туристи што придонесуваат додека





својот одмор. Се работи за негова потреба, за негов вкус и разбирање. Токму порди тоа нвможеме да дочекуваме само гости по "свој вкус", односно тие што на одморот се растураат во потрошувачката и давање на бакшиши. Моралниот кодекс во угостителството и туризмот не дозволува да се чепка во џепот на гостите и го смета за неморално споредувањето.

Она останува и нивно право за однесување во одморот или во пазарите и другите односи. Впрочем, токов е патот да се загуби угледот, да се изгуби одредна категорија гости, а други пак да се фаворизираат и идеализираат од проста причина што ја препознала слабоста на своите доманини. Впрочем, гостољубието не би било ако гостите покрај тоа што се дочекуваат, дозволуваме и да ги споредуваме, зад нивниот грб.

Основна констатација е дека моделот за годишен одмор и по своите премиси и по самите аргументи, па дури по начинот како се собрале информациите се разликува. Зборот е дека Французинот, Холанѓанинот, Италијанот или Германецот, Чехословакот, Англичанецот се разликуваат во komponирање на својот одмор, особено годишен. Разлики<sup>џ</sup>те стануваат очигледни во тоа како се изведува одморот и во многу други особености. Сеној обид да се шематизира поимот турист, да се тој унифицира доведува до заблуда, а во практиката до штетни социјални, и економски последици. Оттуна, и потребата многу прецизно

да се изучува културата на земјата од каде идат гостите, да се анализираат навиките и особено стилот што обично го бираат или жеднуваат во своето слободно време.

Се разбира сите бараат услови, но со оглед на своите потреби и култура да го поминат одморот како свој и со многу други специфичности. Сите бараат квалитетни услови во патувањето или во туристичниот боравак. Но има специфичности зависно од тоа каква е групата, како дошла во нашата земја и туристично место, каде сака да отседне, какви мотиви ги донеле и ред нешта што се врзани за човекот што посакал или што веќе пошол на одмор. Впрочем, во туризмот неможеме само да ги претпоставиме туристите, туку треба да се изучат тоа колку подлабоко, толку шансите за привлечности и задоволства од патувањето и боравакот ќе бидат поголеми.

Може исто така да се рече и да се констатира дека туристите се разликуваат и со оглед на различните барања на некој одделни специфичности. Имено, сèког туристично место и регија треба своите специфичности да ги развива и остварува. Оттука и цврсто барање на локални особености и карактеристики на дадената туристичка институција што ќе се подигнуваат дури на нивото на унијати. Тоа е причината зошто се пропатуваат земји и дури континенти. Сèкој тежнеа да има оригинално одмарање за време на годишниот одмор, односно такви одмарања со кои ќе може да се посали, односно доживувања што ќе бидат достојни за споредби било со сèкогшто сме ги имале

порано или со тие на нашите познати, пријатели или роднини. Во туризмот ако нештата се унифицираат тогаш е споредно наде тој се остварува и безмислено е долгото патување, па дури и промена на средината, на непосредните и конкретни услови. Бесмислена е исто така и она трка за непознато, неизвесно, и чудно ако сретнуваме нешто што сме го виделе или што ни личи на тоа. Оттука, она што е стандардизирано во туризмот, се вградува во стереотипната престава за туристичкото место, објект или услуга. Ова веројатно е забрзува адаптацијата. Меѓутоа, тоа е причина што нашите впечатоци брзо сплеснуваат а доживувањето што сме ги имале, брзо забораваат.

Туристичките населби претставуваат такви системи за одмарање во кои можат да бидат задоволени поголемите, ако не и сите поважни потреби на гостите. Во нив покрај задоволувањето на примарните потреби сместувањето, исхраната, онаа вообичајна пансионска услуга, се позависно стануваат карактеристични задоволствата што произлегуваат од секундарните потреби. Населбата иако да тежнее да создаде услови за комплетен живот на туристите. Оттука и престојот е повеќедневен и обично целиот годишен одмор се проведува во вакво место.

По својата просторна локација населби<sup>72</sup> се наместени во изобилните природни услови што се основа за одморот и одмарањето. Покрај морето, езерата, по теконите на реките или во планинските висини и кории. Изложени и во природните услови (сонце, вода, зеленило, чист воздух и сл.) тие се оние комплетни услови што треба да го заменат оној вообичајен систем во кој работиме, да ја заменат<sup>73</sup> социјалната средина од местото на постојано живеење. Во општата замисла населбите се нудат со сите комплетни услови што овозможуваат брза рекреација благодарение на усогласените односи со природата и со можностите што ги даваат институциите за одмор.

Туристичките населби со интензивниот развој на туризмот и особено со проодот на науката, со мотивите да се

предњачи во туризмот веќе почнуваат да се планираат на нови простори за да се изразат како "големи системи за одмор". Но, ваквите амбиции бараат големи инвестициони вложувања, спрега на повеќе стопански институции и општествени дејности и темелно изучување на сите современи односи. На пример, за да се подигне некоја населба од три до четири илјади жители и притоа да се комплетираат сите пратечни елементи за живот во еден таков туристички град, секако е многу сложено комплексно прашање. Токму поради тоа туристичките населби обично настанувале слично како и градовите по еден<sup>1</sup> еволутивен пат, и ако се погодиле потребите на гостите тие се проширувал<sup>1</sup> и зголемувале за да<sup>1</sup> примат се поголема и поголема група и луѓе. Потребите<sup>те</sup> на гостите диктирале не само темпо во зголемувањето, туку и појавата на разновидни сервиси и институции што веќе се осмислувале со животот на луѓето во одморот. Во нив на своевиден начин се обликал животот од одредено време и затоа може да се препознае она што станувало во животот па дури и тоа кои категории претежно ја условиле населбата. Во оваа смисла се карактеристични синдикалните одмаралишта со позицијата што ја зафатиле во населбата, како и она мноштво на одмаралишта и опоравилишта на работните организации и воопшто на општествените дејности. Амбицијата да се предњачи и дури да се оди во ритмот со времето услови во населбите да се лоцираат хотели со различни категории.

Битно е да се констатира дека населбите не се наменети за една туку за повеќе категории туристи и затоа карактеристичните социјални разлики па дури и конфликти како да се преликале на панорамата за одмор и дури во условите што ги дава плажата. Оттука, сите напори да се воспостави некој траен и концепциски усогласен одмор, према природата, во простор<sup>2</sup> не ги донесоа очекуваните резултати.

Односите меѓу институциите во населбата не можат докрај да се усогласат зашто тие се одраз на една разлика што претходела на туристичката населба и на одморот воопшто. Она пак што е последица вистина може да се фазонира, но тоа само на привид дава хармонија и рад. Таков е случајот со некој режим во исхраната, облекувањето, плажата и користење на други<sup>3</sup> услови или пак во овној карактеристичен стил на живот што се очекува да го има секоја населба како особено.

Населбата туристичка има такво свое шаренило не само во формалниот израз, туку и во содржината на одмарањето, што постојано упатува на противречни импресии, кон конфликтни ситуации и дури антагонизирања помеѓу институциите на туризмот. Поаѓајќи од тоа што секој гостин, секоја категорија на гости има своја потреба за одмор, потреба од адекватен модел за одмарање, поаѓајќи од потребата секоја институција да ги задоволи обврските према својата категорија и гости, логично се стигну<sup>4</sup> до противречни тендеции и дури во конфликтни ситуации.

Впрочем во населбата по правило се привелеговани тие што можат повеќе да платат и врз таа основа сите се систематизираат во една хиерархија на одморот и одмарањето. Ова може да се види многу прегледно не само во користењето на пансионските услуги, туку и во сите други, па дури и во репертоарот што го имаат во концертите, изложбите и сите други нешта што непосредно или посредно се осмислуваат со туризмот. "Гостинот секогаш е во право" велат туристичките работници, но сепак во право е пред сè оној што може и добро да плати.

Поаѓајќи од ваквите сознанија странците не се толку склони, тие обично ги мимопроидуваат населбите за да се сместат во хотели, или кампови каде што можат да ги направат доминантни токму своите поимања, да го воспостават својот модел за одмор и што е особено битно да ги уштедат конфликти од типот на оние што ги имале во својата работна или социјална средина. Одморот, оној животен стил во населбата е хиерархизиран, и таа структура може да се возвиши до идеали во населбата,

или да се искриволочнува и да го следи ритмот на урбанот на повисокиот пласт. Во секој случај одмарањето во населбата дава можност за време на годишниот одмор да се фаќа стил што се прижелкува и држи чекор со оној пласт од општеството во него туристите припаѓаат или мислат дека би можеле да припаѓаат ако не трајно, тоа барем привремено, ако не реално тоа барем привидно и илузорно.

Ваквите особености на населбата ги потсилале тенденциите да се градат хотели со високи и супер категории во кои ќе се групираат луѓето според својата економска моќ. Тие се лоцирале како дворци за урнек во панорамата или воопшто во начинот на одмарањето. Така структурата на населба (полна со противречности) ги условила и оние "зони за богатите" што отседнуваат сами во панорамата, со такви : со кои имаат сличен статус и приближно исти општествен углед. Но, и во хотелите и во тие зони за богатите, во вилските населби пак се јавуваат конфликти и противречности, но тие се од едно друго ниво и имаат значење во внатрашното структурирање на самиот <sup>1</sup>дрем што бара<sup>1</sup>а себе малку повеќе сонце, поширок поглед на водните простори, подобра наоколеност меѓу сличните на себе, и нешто подобро место меѓу равните на себе. Многу необични се конфликтите меѓу луѓето од иста категорија, зошто често <sup>1</sup>препредено се водат и досегаат во оние тенки нити на субјектот и воопшто на животниот стил.

— Хотелите се институции што имаат за задача да ги задоволуваат потребите на гостите. Седе во прв ред се мисли на примарните потреби, односно оне што во угостителството се дефинира како полн пансион. Разликите што ги среќаваме меѓу хотелите повеќе се условени од тоа како, до кое ниво и со каков квалитет ги остваруваат потребите на туристите. Тоа впрочем е и она <sup>1</sup>битна основа<sup>1</sup>а низна категоризација. Како основа<sup>1</sup>а категоризација сепак се и придружните нешта што го збогатуваат



животот на гостите и притоа се има<sup>ат</sup> предвид пошироките, оние развиени потреби за релативно подолг боравак и покомплетен живот. .

По положбата што ја зафаќаат хотелите изразуваат две дијаметрално спротивни тенденции. Еднаш тие се покажуваат вонепосредната сре<sup>д</sup>ина во која се одвива производниот, творечниот културниот, политичниот и

општествениот живот. Но, токму таа динамика што во извесна смисла значела предност сега станува тегобна. Ова дало за основа, локацијата да се (на хотелите /бара и надвор и колку може подалеку од градската бука, загаденост на воздухот, во мирни предели и полни со кротки ритми, во предели што овозможуваат убав поглед на простор<sup>от</sup> и слично. По својата локација, по надворешната архитектура и амбициите да ги задоволат комплетните потреби на гостите тие асоцираат на оние структури од дворците, на средновековни замоци па дури и во кондензирана форма ги имаат сите битни нешта што ги дава дадениот простор. Урбанистите и архитектите како да имале за задача целиот живот во дадениот простор да го кондензирано престават и изразат во хотелот. Оттука, и тежбата кон оригиналност, кон свои особености и дури кон специјалитети.

Динамизацијата на животот, онаа масовна подвижност вошироките простори услови брз развој на угостителството и одделно на хотелиерството. Ова пак како да ја потсили потребата за унифицирање на хотелите секаде во светот. Разработениот

кодекс за категоризација на хотелите толку многу ги типизира а со тоа се потиснати многу особености за да може да се апострофираат тие што влегуваат како основа за категоризацијата. Ова од своја страна ја потсили индустријата, тие класифицирани и типизирани потреби на угостителството и на хотелијерството сервиски да ги задоволува, односно обратно, развојот на индустријата ги обработи хотелските потреби и ги сугерира и вгради во хотелската политика како норми, со тоа докрај го институционализира, го типизира и задоволувањето на потребите. Впрочем, она што се случува со хотелите се случува повеќе или помалку со сите други потреби и нивното остварување врз премиси на индустриската поделба и организација на животот. Зборот е дека хотелите по својата надворешна фасада, по локацијата, внатрешна структура и организација, по својата симболика и живи односи, по својата содржина и манифестација некогаш се толку многу слични што зачудува и во одделна смисла одбојно делува токму таа типизација што се одбира за одмор и особено за долго одмарање.

Оваа индустриска ориентација го пронашла моделот на компромис меѓу непознатиот гостин и непознатата средина. Вистина е дека има некои предности ова решение во процесот на адаптација, односно како да не постои веќе проблемот на адаптација на гостинот во хотелот од своја категорија, но затоа пак нема изнедадување, недостига можноста за нови дожо-

вувања, недостига сета онаа специфика што извира од билото на локалната култура и локалниот амбиент. Тоа е цената што се плаќа за брза адаптација на гостите. Од своја страна и непосредната средина во која хотелот се лоцирал го доживува хотелот како "чудовиште", како туги делови во организмот на дадената панорама, а во извесна смисла дури го прифана и како окупатори на просторот. Наменати за гостите тие не ги претпоставуваат мештаните дури ги формализираат комуникациите.

Обично тука се гости на хотелот, а не и на населбата, градот и регијата воопшто.

Ваквиот отуѓен модел на живот што го даваат хотелите со својата унифицираност, веројатно бил неминовен не само поради индустриска ориентација, поради потребата за брза адаптација на гостинот, туку и поради некои социјални конфликти и непознавање, односно прејдубедување било на мештаните или на гостите. На гостите од одредена категорија во корелација со другите категории на трудот и животот. Нако и да е овој модел на прифаќање на гости веќе доживува сериозни кризи, нив не можат да ги ублажат изобилните понуди и досетки што се возвишени до фантазија. Оттука и потребата за радикална промена на моделот на хотелите за да со својата надворешна фасада, со својата внатрешна организација и функција појдат од една друга претпоставка, што е дури спротивна на досегашната владавава психологија во туризмот. Станува збор и туристот да не постојано турнан во оној традиционален хотелски рам за да дојде

до израз неговите специфични потреби а и самата непосредна социјална средина да почне интегрално да се однесува према хотелите, да ги демистифицира нив и самите странци да се ослободат во комуникациите, не само према мештаните, туку и према целата околина. Зборот е дека странците не се веќе толку "странци" како некогаш, а и мештаните толку многу "особени" за да се хотелот обградува со бедеми и со систем на одбранбени механизми на кои можат да позавидат дури и воените стратегии на некои земји.

Во испитувањето се претпоставува групирањето на туристите согласно на своите социјални можности, согласно на нивниот социјален статус, односно сообразно на статусот што го имаат како основа за својот одмор. Следејќи ја таа димензија на диференцијација на гостите, се очекува дека една група на туристи ќе се диференцира со своите потреби и вкус, <sup>во</sup> хотелот од "А" категорија, дека друга група ќе се ориентира на хотелите што се стандардни "хотели со туристичка категорија) и дека трета група ќе се обиди преку одморот да се интегрира со животот на мештаните, односно во рамките на нивните услови и разбирања ќе побара модел за одирање. Овие три модели го предочуваат туристот како човек што и во одморот и натака се отуѓува, односно што бара диференцијација и специфичен социјален статус ("А" категорија), што во одморот

се интегрира само со категоријата што е на одмор. (Туристична категорија) или пак, што токму низ одморот бараат да слезат и влезат во ткивото на мештаните и низ нивните услови да се остваруваат како туристи. Оваа категорија, гости ти брзо го прифаќа статусот на мештани, се адаптира, просто да не се разликува од останалите луѓе.

Секоја категорија во извесна смисла заситува релативно независно од условите што ги има и од квалитетот на одморот што се сервира. Оттука и тежбата за привремено или трајно бегство од својата категорија. Се бега од својата категорија да би се почувствувале задоволствата што ги имаат другите; да би се споредиле и притоа задоволи одредена социјална суета. Така, луѓето што себе се сметаат за "А" категорија или што претпоставуваат дека тука би им било местото, си дозволуваат или бар прижелнуваат излети во хотелите со туристична категорија или пак бараат да се сместат во куќи, соби, што ги изнајмиле од мештаните. Ова шетање по условите што ги има туристичното место може да биде израз на радозналес модус за промена или израз на незадоволство од условите на својата категорија, но сепак може да биде и индикатор на неуроза, на една немој подолго време да се отседне на одредено место, на одредено ниво или до одредени задоволства во туризмот.

Најнапред стои една општа претпоставка дека туристите ги одбираат туристичните ориентации и институции,

ги одбираат објектите во кои и се ембастуваат и дури наштата што е значајни за својот одмор или што мислат дека ќе бидат при услуга и корисни. Зборот е дека купувачот (туристот) ги одбира условите за својот туризам. Впрочем, и тоа има не само некое "природно" туку и социјално право ако вена троши свое слободно време и свои средства за негово остварување. Нога ова право би се делукно или сосема намалило или укинало проблем е дали и натаму би имале туризам или пак нешто друго во кое некој друг располага и со нашето време и со нашите средства, односно располага со човекот.

Втора претпоставка од која, поаѓа анализата е дека луѓето не одбираат едни исти нешта и во тој контекст и туристичките ориентации и институции на туризмот или туристички услови и услуги. Оттука и мноштво туристички форми и содржини но и разновидни сврстувања на луѓето. Важно е да се спојде на одмор, значајно е каде ќе се отседне, каде и на кое ниво ќе се остварува својот туризам. Сите тие нешта се битни не само за квалитетниот туризам, туку и за угледот што го гради човекот ако преку одморот бара доказ за своето достоинство. Туризмот претпоставил разлики меѓу луѓето. - Значи е значјано колку пати некој странец ја посетил нашата земја, колку во неа ќе борави, кое туристичко место го посетува и што е особено значајно каде отседнува. Категоризацијата на хотелите е таа скала за нивно вертикално структурирање.

Трета претпоставка е дека туристите во главното можат да одберат три можности:

- она што ги чини докрај различни од другите мештани, од другите туристи, односно оној квалитет на сместување што одговара на социјалниот пласт на кој веруваме, ги уверувам другите или навистина му припаѓаме. Хотелите од "А" категоријата со 5 звезди, секано е типична за овие туристи. Во изучувањето се претпоставени и обработени 47 туристи што отседнале во хотелите од "А" категорија.

За разлика од тие што одат да прифатат .. супер или врвен квалитет во туризмот, една друга група се ориентира да пронајде заеднички статус со сите туристи. Тоа се хотелите од таканаречената "туристичка категорија". Ставовите овде уверуваат дека нема разлика во лугето, бар во одморот и одмарањето. Тие во одморот треба да се интегрираат како луѓе што дошле со заеднички мотиви. Се работи за некој одмор што го одржува основниот стандард на лугето. Впрочем разликите во материјалните можности и во расположивото време природно ќе дојдат до израз во тие заеднички туристички услови. Од оваа група на туристи анкетирани се 37 луѓе што отседнале во хотелите со "туристичка категорија".

- Трета можност останува туристите да се интегрираат не само со својот социјален пласт, не само со лугето што дошле на одмор, со туристите, туку и со мештаните во дадената

населба, туристички град или туристичка метропола. Ова бара не само да се отседне во населбата или градот, туку и во условите што ги имаат мештите. Становиштата уверуваат дека така туризмот станува типично мирнодопска појава во која стапуваат во непосредни односи странците и мештаните и на тој начин меѓусебно се запознаваат и взаемно делуваат. Ова значи туристите да се сместат во изнајмена соба или куќа, да борават кај свои роднини и пријатели или во некое друго боравиште во дадената населба. Кога ова го алострофираме ги имаме предвид и меѓусебните односи меѓу овие категории како и склоности на угостителите, на званичната политика да се врти да им годи на една или друга категорија гости. Од оваа категорија се анкетирани 17 туристи.

Следејќи ја таа компонента на конфронтација и дупри - негативна: за туристите што отседнале по куќите и во изнајмена соба или кревет, обично се вели дека таа категорија не е адекватна за современ туризам, додека основното внимание се свртува на богатите и особено на оние одржлива категорија. Ваквите становишта ги спомнавме да се појавува идеологизацијата на туризмот, да се споредчат разликите што се социјално, односно материјално условиле и поисцрпно да се види содржината во категоризираните објекти и категоризирани туристи. Секоја категорија, се разбира има своја интерпретација, а туристичките работници оставени во таа конфузија од разбирања на моделот и одмерането немаат нити докрај



да ги разберат, уште помалку квалитетно да ги дочекаат и да ги гостат гостите. Ова се само утешни аргументи за да се ублажи горчината што останала од тоа кога лице во лице се среќаваат продавачите и купувачите на туризмот.

Гостите сместени во хотели  
и приватни сместувалишта

Кога внимателно се анализираат гостите што од странство дошле во СР Македонија и особено во Охридско-преспањанската регија, паѓа во очи дека во хотелите со "А" категорија најголем процент дошле од поголемите градови. Треба да се напомене дека само од велешани дошле повеќе од една четвртина (27,6%). Во туристичките категории се сместени тие од помали градови со население од 10 до 50.000 жители (59,4%). Во оваа споредба за забележување е дека грото туристи што избрала сместување во населба (куќи, соби или кревети) претежно дошла од средноразвиени градски центри.

Со слична тенденција се сретнуваме и во времето предвидено за бораок во нашата земја. Имено, и тука луксузната категорија има намера да остане две недели (40,4%), тие со туристичка категорија нешто помалку (35,1%) а пак другите што нашле или што бараат сместување по куќите до една или две недели (41,2%). Вака малиот одмор (до една недела може да се објаснува со социјалната категорија на која припаѓаат и ориентацијата кон такво сместување може да се толкува пак како израз на материјалните можности. По својот статус тие не се диференцираат од мештаните за да можат да го

користат нивното искуство и да поминат одморот поевтино.

Сите страни туристи имаат намера претежно да посетат повеќе места и регии. Најчесто, како категоријата опаѓа така процентот на тие што посетат повеќе места и регии расте. Туристите од хотелите од "А" категорија учествуваат со 55,3%, од туристичката со 50,5% а пак другите што се сместени по куќи 02,3%.

Туристите тврдат дека дошле на одмор. Тоа е главната причина за доаѓање во нашата земја. Сепак како расте категоријата на туристи, така и одморот станува се повеќе причина за посетата на нашата земја. За забележување е дека честа причина за посетата кај гостите што отседнале во хотели со туристичка категорија се културни мотиви или транзит, или пак наведуваат повеќе причини за својата посета. (Одморот како главен мотив го наведуваат 33,9 од хотелите во "А" категорија, 40,9% од хотелите со туристичка категорија и 20,5% од луѓето што се сместени по куќите). Врз основана ваквите соодноси со право може да се констатира дека материјалната можност, расположивите средства делуваат при посетување, во должината на времето предвидено за борбаск, во содржина на мотивите што водат во одморот и слично. Оттука, и верувањето дека поквалитетни гости доаѓаат од големите градови, од вале-градовите. Туристите од таквите места остануваат и повеќе време и со мотиви да се одмараат. Затоа, и бараат квалитетни услуги за својот одмор. Годишниот одмор е дел од нивниот стандард

Кога се има предвид со какви средства дошле во Југославија и со кои намераваат да се слушат за време на годишниот одмор се доаѓа до создавање дена превозното средство (својата сопствена кола) преставува дел од стандардот на човек за време на одморот. Најголем процент од гостите што дошле на одмор во Охридско-преспанската регија имаат своја сопствена кола со која дошле и ќе борават во Југославија (65,3%). Оттука и една статистичка тенденција во која се гледа дека стандардот што се одбрал за сместување во хотелот и сл. се наоѓа во корелација со користење на својата кола како превозно средство. Имено, ако се избрало побогато сместувале и својата кола помалку се користи, или обратно ако е одбрано посромно сместување тенденцијата за се поголема употреба на својата кола станува почеста. Ова има свое објаснување и како тенденција за промена во високата категорија (желба да одат со автобус, брод и сл.) или пак како склоност максимално да се користи само своето превозно средство како модус помалку да се потроши. Ова особено е карактеристично за туристи сместени во домаќинствата (75%).

Грото туристи што дошле во Македонија, односно во Охридско-преспанската регија во првата половина на август имаат по два слободни дена во неделата (76,2%). Сепак за забележување е дека оние што отседнале во хотели од „А“ категоријата почесто имаат по еден слободен ден. Нешто слично гледаме и кај оние што побарале приватно сместување. Нивниот годишен

одмор обично трае до 30 дена, ретко повеќе. Сепак за забележување е дека луѓето што се сместени во туристички категории обично имаат нешто поголем годишен одмор отколку другите. (43,2%). Зборот е дека туристите од хотели со "А" категорија обично имаат до 30 дена годишен одмор. Заклучокот што се наметнува како да уверува во тоа дека луѓето што одбрале подобро сместување како да не располагаат со изобилно слободно време. Тие во неделата имаат помалку слободни дена, а во годината исто така помал годишен одмор. Значи ли ова дека тие што штедат на време нештедат во изборот на

сместување. Логиката укажува дека ако некој нема доволно време тогаш избира повисока категорија за сместување.

Сите туристи што дошле во оваа регија во последните 5 години биле во странство. Само 4% за прв пат се во туѓина. Тие почесто ги посетувале европските земји, а поретко воневропските. Споредбата покажува дека тие што се сместени во објекти со туристичка категорија, обично посетиле повеќе европски земји (скоро по 6). Многу мала е посетата на воневропски земји. Сепак тие што веќе биле (16,8%), покажуваат, дека од редот на туристите, што се сместени во хотели од "А" категорија има повеќе луѓе што биле во некој друг континент за последните пет години. Нешто поретно биле во воневропските земји оние што се сместени во туристички хотели и уште поретно <sup>што</sup> тие изнајмиле приватно сместување.

Што се однесува до посетата на нашата земја, странците обично тврдат дека повекепати биле во Југославија во последниве 5 години. Само мал процент за прв пат доаѓа во Југославија (7,6%). Тие што веќе биле во последниве пет години обично тврдат дека само еднаш биле во Југославија (43,5%) или пак два до три пати (31,7%). Ретки се случаи кога некој доаѓа по четири-пет и повеќе пати. Споредбата натаму покажува дека оние што се сместени во повисоки категории и почесто биле во Југославија за разлика од сместените во пониски категории кои обично еднаш биле во нашата земја во последните 5 години.

Констатацијата е дека туристите што боравеле во август на годишен одмор ја познаваат Југославија и дека во последните 5 години повеќе или бар само еднаш биле во Југославија. Освен тоа значајно е дека токму оние што побараа сместување во повисоките категории и повекепати ја посетиле Југославија. Значи ли ова дека почестата посета на Југославија за туристите значи и се побогат стандард, односно се полуксузно и елитно сместување.

Факторската анализа на одговорите покажува дека во Македонија односно во Охридско-преспанската регија почесто доаѓаат мажи за годишен одмор (59,4%). Од своја страна значајно е и тоа дека тие се се почести доколку се бира и пониската категорија за сместување. За забележување е дека 88,2% од оние што се сместиле во приватни куќи се мажи. Жените вистина

се поретни гости, но тие се почести во повисоките и највисоките категории. Според тоа, во оваа регија почести туристи се мажи, но поквалитетни услови бираат тие од женскиот пол, така што во она елитна структура просто како да се изедначил бројот на жените со мажите.

Споредено со брачната состојба се гледа дека почести гости биле луѓе што се во брачни односи (64,3%). Од гостите почесто се женети или мажени оние што отседнале во хотелите од "А" категорија (75,7%), како и оние што побарале приватно сместување (64,7%). Со други зборови она што е врвно луксузно и елитно а и тоа што се интегрирано со услови<sup>те</sup> на мотелите како повеќе да ги привлекува оженетите, односно семејните луѓе. Поетично речено луѓето со брачно искуство или тежнеат кон осаменост и конфор, или се интегрираат со целото општество на животот.

Структурата на возраста на туристите е различна и ги сретнуваме сите категории било во хотели или приватни куќи. Сепак доминантни се тие што имаат од 25 до 40 години (57,4%) а меѓу нив оние од 35-40 годишна возраст (34,6%). Се добива впечаток дека видот на сместување како да не е зависен од возраста на луѓето иако има една блага тенденција во повисоките категории да се сместуваат релативно постари луѓе, а во приватните куќи релативно помлади туристи.

Општо е сознанието дека масовните туристи за оваа регија се од машкиот пол и тоа помлади. Тие се интегрираат

со сите категории туристи и со мештаните. Меѓутоа, како квалитетна категорија се лугето од позрели години и особено од женскиот пол. Тие се заинтересирани за врвно во туристичкиот боравак.

Социјалниот елемент има сепак битно значење во изборот на туристичко сместување. Најнапред да констатираме дека туристите што ја посетиле оваа регија не се организирани во некои организации, друштва или клубови што во својата дејност предвидуваат и туристички активности (членови се само 6,9%). Туристите претежно дошле со своите роднини (41,6%) или со своите пријатели (33,6%). За забележување е дека оние што се сместени во хотели од "А" категорија обично велат <sup>дека</sup> дошле на одмор со своите роднини (59,5%). Другите сместени во хотели со туристичка категорија или приватни куќи напоменуваат дека на одмор дошле со свои пријатели (43,2%). Тенденцијата е самците да одат или во хотел со "А" категорија (21,2%) или пак во приватно сместување (23,5%). Впрочем, оној што отишол сам на годишен одмор во една страна земја или се засолнува да ужива во врвната категорија на туристички објект или пак влегува и се вткајува во туристичката населба и градот.

Општо е мислењето дека меѓународната економска состојба и поготово "нафтената криза" не делувала на ориентацијата во изборот на местото за годишен одмор. Сепак тие што мислат дека имала некое значење (7,9%) се од редот на оние што се сместени во туристичка категорија, или што по

приватно сместување. Тие велат дека тоа било прилика да побараат поевтино сместување, да се откажат од употреба на кола или да морат да го сметаат бораворот и да ја изберат нашата земја. За забележување е дека никој од оние што се сместени во хотелите со "А" категорија не рекол дека меѓународната економска ситуација и нафтена криза делувала на нивниот одмор. Сите категорично велат не.

Степенот на образование може да се претпостави дека има влијанија на туристичкото сместување. За забележување се две паралелни тенденции во вреднување на туристичкото сместување. Во таа смисла многу карактеристични се оние со гимназиско образование и факултетска спрема. Тие се доминантни во сите сместувачки капацитети што може да значи дека школската подготовка има некое значење во вреднувањето и одделно во изборот на туристичкото сместување.

На изборот на посетата на нашата земја најмногу придонело искуството од поранешните посети (36,6%), како и препораката на пријатели и роднини што ја посетиле нашата земја (19,8%). Ова е општа карактеристика во мотивацијата за посета на нашата земја независно од тоа какво сместување избрале или се готват да изберат туристите.

Според тоа главниот ослон во туристичката ориентација се родниките и пријателите како и своите сопствени искуства од туристичките посети.



Во одморот се бараат проверени и потврдени искуства. Ова особено го потврдува податокот за начинот на патување на туристите. Имено најголем процент, релативно независно од категоријата на сместување го избрале како модус индивидуалното патување без било какви услуги од патнички агенции (69,3%). Сепак туристите сместени во хотели од "А" категорија почесто од другите бараат организирано патување што го организирала патничка агенција (21,2%), додека оние сместени во хотели со туристичка категорија бараат индивидуално патување но со некои услуги на патничките агенции - резервација на карти, соби и слично (24,3%).

Странските туристи што дошле во Македонија, особено во оваа регија сами ги сносат трошоците за својот годишен одмор. Мал е процентот на оние во чии износ делумно учествува и некоја институција или општествена заедница. (6,9%). Токму поради тоа битни се очекувањата дека одморот влучувајќи ги тука и патните трошокови и други парични издатоци во нашата земја во однос на нивните финансиски можности да биде погоден (42,5%) или пак ефтин (41,1%). Да поманеме и тоа дека туристите од "А" категорија велат дека за нив трошоците не бидат погодни а пак за оние од туристичка категорија ќе биде ефтин.

Кога одделно се анализираат и споредуваат очекувањата што ги негувале туристите во врска со условите на земјата во која ќе го минат годишниот одмор, со она што можеле сами

да го констатираат и да се практично уверат се доаѓа до следни  
 карактеристики:

- Климата очекувале да биде просечна, а таа се покажала подобра. Ова особено го констатираат гостите сместени во туристичните категории на хотели (80,2%).

- Физичните особености на земјата, планини, плани и др. очекувале да бидат просечни, а се покажале како подобри. Ова го тврдат повеќето, особено оние што се сместени во хотели и категорија (76,6%) како и тие што отседнуваат во приватно сместување (70,5%);

- За патиштата знаеле дека ќе бидат просечни и како такви ги виделе. Особено ова го погодиле тие што се сместени во хотели од "А" категорија (81,7%);

- Сместувањето исто така ги изненадило бидејќи очекувале просек, а сепак тоа често се покажало како надпросечно и подоро. Ова го констатираа половина од туристите од секоја категорија на сместување.

- Административните прописи, милицијата, царината и сл. очекувале да биде просечна, таа се покажала као подоро. Ова го тврди поголем дел од секоја категорија, особено туристи што се сместени во категоријата туристичка (37,5%).

- Нивото на цените очекувале дека ќе биде просечно а тие како такво го нашле. Ова го тврдат повеќе од туристите од сите категории на сместување. Сепак во оваа предњачат оние што се сместени во категоријата "А". (57,4%), потоа во туристички

ните хотели (54%) и на крај оние што приватно се сместени (47%).

- Услугите очекувале да бидат просечни, а се покажале како такви во хотелите од "А" категорија (57,4%) и во тие што приватно се сместиле (35,2%). Само гостите од хотели со туристичка категорија се издвоени со задовоството и велат дека тие биле подобри отколку што ги очекувале (48,6%).

- Гостољубието очекувале да биде просечно, а наишле на подобро. Тоа го тврдат туристите од хотелите со "А" категорија (68,1% и оние од туристичка категорија (67,5%). Меѓутоа, оние што прифатиле приватно сместување се надевале дека ќе биде просечно и дури полошо а сепак го доживеале како просечно (52,9%).

- Храната, гастрономијата очекувале да биде просечна а се покажала како подобра. Ова особено го констатираат оние што пронашле приватно сместување (58,8%), потоа тие што отседнале во хотели од "А" категорија (55,3%) и на крај оние сместени во хотели со туристичка категорија (48,6%).

Општиот дојам за нашата земја според туристите е доста позитивен (37,6%), поретно е многу позитивен (22,7%) и доста често неутрален (22,7%). Неутралните почесто се среќаваат во хотелите со туристичка категорија (29,7%) како и кај оние што имаат приватен смештај (29,4%). Во овие две категории има и такви што велат дека нивните впечатоци се ако не многу, тоа барем доста негативни (6,9%).

### ТУРИСТИ СМЕСТЕНИ ВО КАМПОВИ

Податоците од испитувањето покажуваат дека групата туристи во најчест случај преставува семејство или пак пријатели што избрале да отседнат во камп, туристичка населба, хотел или во приватно доманинство. Одделни туристички објекти како да се создадени за фамилии пријатели и интимни групи. На таа основа веќе се препознаваат и комплетни населби, станбени блокови или четарти во кои семејството има свој простор, свои соседи, ангажирани маси и дури омаџен простор на плажа. Така населбата во која постојано се живее како да се отсликала и во туристичкото место. Ова особено се потенцира кога на даден простор се среќаваат семејства од иста населба или станбена заедница.

Туризмот покрај ова дава можност и за анонимност. Услови за посуптилни меѓуперсонални односи и развој на интима. На таа основа во туристичките патувања или туристички<sup>1</sup> места обично отседнуваат само потесни семејства, дури често без децата. Овој модел за одмарање дава можности брачните другари да си посветат поголемо внимание, подобро да се запознаат, да имаат заеднички доживувања и со еден збор да ги зајакнат меѓусебните односи, да ги стоплат врските во

бракот. Оттука, како да се сугерира становиште дека во туризмот зајакнуваат односите во бракот.

Тие што имаат непосредни импресии од оваа категорија на гости унажуваат дека паровите се загледани еден во друг. Со голема загриженост се однесуваат меѓусебе и дека особено внимание посветуваат на надворешниот изглед. Нивниот живот како да е подобен на оној што го имале во "медениот месец". Во прилог на вака композиран одмор оди и примерот кога гостите иако имаат попуст за децата во пансион не сакаат да го користат, обично се склони да доплатат само детето или децата да ги сместат во друга соба и слично. Брачниот пар што пошол на одмор, бара одмор од сè, па дури и од блиските, од своите деца.

Оваа тенденција кон слобода во одморот оди и пона- таму за да се изрази како склоност одморот да биде сосема слободен. Така, се покажува склоност кон двоене, како бегство во природа, како спремност да се стапи во комуникација со нови луѓе, се изразува како авантура и слично. Оттука, и природно самците да бараат еден друг модел за одмарање во кој ќе дојде до израз нивната слобода. Оваа категорија за, разлика од оние што отишле на одмор со семејството е далеку подинамична

спремна за нови и понови доживувања па и авнатури. Оттука, место мир таа бара немир во одморот и се нови и понови доживувања. На оваа релација е уверувањето дека на одмор се препорачува да се оди сам, односно брачните другари да се двојца и да изберат своја ориентација за одмор. Станува збор за ризикот да се во одморот загуби или да се остро почувствува потреба за својот брачен другар или другарка.

За времето на одморот во туристичниот период особено доаѓа до израз склоноста, онаа увереност и самouverеност во животот на едно индивидуа. Има сигурно луѓе што се способни и доволни на себе да си обезбедат квалитетен одмор. Во редот на оние што пошле на одмор во парови, се стои и на уверување дека тие се доволни едни за друг, потоа други се тие одмарашки двојки што ги понеле децата или другите членови од потесната или поширока фамилија и пошле со роднини и пријатели, со познати.

Во секој случај секоја група што оди на одмор има свој социограм и зависно од него се бира адекватно туристичко место. Посебно е прашањето колку е тој социограм здрав социјален однос, или пак со тенденции кон социјален, психолошки и дури урнек за патологија.

Изборот на ваков или онаков годишен одмор има особа и во уверување и надежи дека преку летото може да се зголеми општествениот углед. Имено, ако одморот и особено туристичкиот ја ослободува личноста, ако ги зајакнува неформални



не имагинацијата.

Веројатно меѓу најстарите форми за привремено настанување е кампувањето. Уште <sup>одолго</sup> патувањата биле исполнети со намери да се одмори групата, да се приберат сили за нови подвизи и неизвесности. Од тие прастари традиции денес се сочувуваат тек-тук кампувањата што ги спречуваме најповедени случај со очој скитнички живот на некои етнички или социјални пластови што ги собираат рокните останати од изобилни години. Кампувањето било сонгош "продна станица" и денеска типично привремен бивалок во одредено, со оглед на потребите и интересите погодно место. Треба сакачо да се напомене и тоа дека токму тие места за одмор, кампување, биле никогаш непроменети точки во патувањето што од своја страна не само го стимулирале и патувачкиот ритам.

Кампувањето ги содржувало искуствата и од општеството и неделни излети и викенди и затоа значи нивно непреривно остварување и афирмација. Оттука, и претпоставка дека дугата што ги користеле поевне или помалку винените се токму на годината за годишен одмор покажуваат интерес и да се одлучат за одмор. Станува збор за една таква култура во одморот што не непосреден допринос се природата, природните сили дури и стигма. За такво нешто сигурно се претпоставува не само познавање на природата и условите, туку и можности за адаптација една прилика, одредена опременост за такво вид на одмарање.

Студијата "Структура и функција омладинских клубова у Загребу" Мире Њиховиловиќ укажува на "затвореноста на клубовите во врска со додекалото на нови членови (ексклузивност), но одржувањето во членство само посебно надарени и способни индивидуи (селективност), а спонтаните самобиницијативи (неформални и цол) во главном остануваат без успех".  
Институт за друштвена истражување СРЈ Загреб, 1979 г.



Кампувањето како форма на одмарање има индивидуални  
 исо оние трајни содржини што го исполнувале слободното време,  
 човекот во текот на годината. На таа релација по правило кам-  
 пувањето е врзано со одреден хоби што го има индивидуата или  
 групата што се одлучила да кампува. Погледнато од тој аспект  
 кампувањето значи своеобразен систем на одмарање каде е истражувана  
 или комбинирана поделбата и организацијата на улогите во  
 животот за време на одмарањето. Како основа за групирање, и како  
 основа за мотивација во кампот се секако способностите,  
 развиените интереси и склоности, особено оние што се исполнуваат  
 во слободното време. Гледано од таа прилика кампувањето прет-  
 ставува непосредан и практичен обид да се испробаат и докарај  
 афирмираат тие внатрешни скриени потенцијали, оној содржини  
 и мотив за свој хоби. Спорите и луѓето со хоби во текот на  
 годината собираат и докараат приватно или институционално  
 онално способности, се со цел кампувањето во годишниот  
 одмор да биде демонстрација на тие развиени знаења и способно-  
 сти за живот во дадената природа.

Камперите многу мотивирани одат на годишниот одмор.  
 За нив тоа е шанса што ја припремале цела година за да можат  
 се покажат и докажат. Тие навистина имаат оригинални подготвени  
 одмор и достоин да се спореди со другите. Таквиот одмор е нав-  
 висина дело на самите кампери и резултат на нивните знаења,  
 способности, и имагинација. Погледнато од овие квалитетни аспекти  
 кампувањето целата природа со своите брзаци и питоми рации, со  
 своите и непрегледни рамнини, приобалието на релациите,

взврата и морето, ваквите или онази урбанизирани средини даваат можност да се пронајде место <sup>се</sup> да се кампува, односно групата дискретно да се вгради во општата панорама и <sup>и</sup> вклопи во дадените ритми на денот. Оттука, местото за камп може да се пронајде секаде само ако се има доволно фантазија <sup>и</sup> доволно способност да се токму на таа ситуација воспостави макар и привремено социјален живот.

Повеќе квалитетски на кампувањето овозможува тоа да се трајно сообрази со потенцијалите на туристички и да се афирмира како израз со непрегледна богата содржина и насока. По својата пак надворешна манифестација кампувањето донесе <sup>и</sup> еднобогатство на движења и ходуси за туристичка локација <sup>се</sup> што може да ги смисли само човечкиот ум и разиграна фантазија <sup>и</sup> волелбата непосредно и оригинално да се доживее природата и природните ритми. Камперите некој пој дзелатуваат брда и планини, пресканаат рени и долини, мориња и континенти само да го почувствуваат и доживеат она особено во дадениот амбиент и природната структура.

Оваа можност и традиционална потреба за допир со природните сили и стихии го посетува институциите на туризмот и со својата организација се придружува или дури претходва на камперите. Тие ги поставува институциите токму на тие привлечни места за кампување и ги понудија своите услуги. Ваквата <sup>и</sup> институционална организација на кампувањето го однесува допираат со природата и природноста, со

надомести знаењата и способностите, го намали ризикот во природата, ги уштеди непогодите и неизвесностите. Со ова камперите добија свој комфорт но загубија мношт~~во~~<sup>во</sup> од оние задоволства што некогаш ги имало традиционално<sup>то</sup> кампување.

Денес кога се зборува за камп и кампување се мисли на оние сервиси што можат да го олеснат животот во природата. На таа основа се з~~б~~<sup>б</sup>ри за квалитет на кампувањето и притоа мисли на оние сервиси што треба да ја одржат хигиената, обезбедат исхрана и понудат ред други услуги. Таквите кампови се повеќе се доближани до условите што ги даваат хотелите или некои развиени туристички населби. Ова овозможи да се квалитетно промени структурата на камперите дури и да се модифицира, содржината на тие што традиционално ја имале како своја особеност. Во таа смисла се карактеристични оние кампери што на одделно место доаѓаат со години, отседнуваат за цел одмор или има случаи што по два три месеци остануваат во тие услови. Така на пример, во Кампот "Градиште" на обалата на Охридското езеро, управникот ни посочи парови што доаѓаат редовно веќе трета година и отседнуваат дури по два-три месеци. Станува збор за една тенденција да се кампот третира како се продекават тен животен стил и место што овозможува релативно трајно задоволство ~~кое~~ граничи, а во одделни услови предначи на оној урбанизиран живот во станбената зграда, населба или <sup>градски</sup> центар.

Од своја страна индустријата и таа ги насети движењата со камперски мотиви и пронајде цела листа на нешта

што можат да бидат на услуга. На таа релација само да ги даде  
 менеме условите што ги дава индустријата зашатори, прибор во шатор  
 пот или приколки што обезбедуваат извршен конфор и можности  
 оној свој идеален амбиент да се понесе како свој багаж, приколка  
 на или на што што може да се добие и ложира во било кое место  
 на една туристичка земја. За сите тие потреби, за сите тие  
 можности што ги дава одморот "мисли" и смислила индустријата  
 зашатори и таа ги рекламира сите производи и изобилно  
 информира како може да се купи дури и затоа она задоволство  
 што го дава одморот и туристичкото патување. Со ова пак, како  
 шаторката секогаш ја носиме и жудата се покујнина со себе на  
 годишен одмор.

Една општа импресија од развојниот камп асоцира на  
 населба и хотел и притоа кампувањето не заостајува заедно  
 традиционално живеење во туристичка населба и хотел. Кога прет-  
 цизно се анализираат некои од позначајни кампови пак  
 се доаѓа до нови асоцијации за онаа приватност со сервисни  
 сервиси во кампувањето. Така на пример покрај шаторот се згот-  
 вуваат

оние производи за помош во домаќинството, со оние сред-  
 ства за пренос ги гледаме луѓето како каравано бараат да се  
 опуштат. Се сугерира имагинација дека ваквите кампови секо-  
 го потврдиле багажот што го понеле на одмор и направиле  
 панаѓурско отседнување во буката на мотори од сите сорти.  
 Се разбира ваквото кампување ги има на располагање сите ква-  
 литети за современ и модерен живот. Тие на одмор понеле се,

ама баш се, и затоа се затрпани во оној простор каде се сместило, радиото, телевизијата, креветот, фрижидерот, шпоретот и што уште не. На таквиот одмор му недостига уште директорот од претпријатието или установата. Ано по некоја случајност и тој е во близина тогаш комплетно се пренесува моделот од работната организација на годишен одмор. Слични модели на одмарање можат да се пронајдат во камповите што се инспирирани на патријархалниот систем или на родовски или родбински основи, на пријателски неформални друштва и седенки.

Во современите кампови дошло до израз оние познати противречности меѓу човекот и неговите производи, бидејќи онаа противречност помеѓу слободниот човек во одморот на една страна, а на друга сите производи што треба да овозможат одмор. Оваа противречност некогаш се антагонизира и ја дефинира онаа тегобност од тоа што носи човекот, што се купува и воопшто поседува. Пред својот шатор луѓето се голи и со грчевити напори бараат да се опуштат, а производите се тутукаат и не им даваат да се ослободат. Таа грижа за нештата го оптеретува во одморот и тој ги собира, ги држи во вниманието. Оттука може да се апострофира ропството што го дава културата во онаа индустриска насока, таа врзаност на човекот за сервис и услуги, таа потрошувачка психологија како и насоката што ја овозможува она наивно, примитивно, снаодливо или занатско, умело или досетливо влегување во природата со голи раце,

по подобие на природната рожба за да може непосредно да се доживее природата. Колку многу одбранбени механизми пронашла индустријата да се одбраниме од сонцето, горештините, водата, влагата, од билниот и животински сват, и од што уште не. Кога сите тие нешта би ги имале на одмор, веруваме со <sup>и</sup>вина помош би добиле идеален одмор. Но кога нив само ги набројаме, кога ги поредиме во амбиентот, кога со нив се опреиме, ние сме веќе претоварени со богатот што го имаме или сме го понеле за одмор.

Дилемата е сосем јасна ако постојано се колебаме непосредно или посредно користење на природата и природните сили. Мештанинот преставува урнек и израз на една традиција и културата упатува на можноста за непосредно доживување на природата. На другиот пол века модерниот урнек е изведен од индустриската епоха и тој упатува само во побрзот ници, односно само во додатни средства одбранбени механизми и на крај само во зависен статус што го има одморот од другите производи на епохата. Оваа дилема не е нова туку откога постои патникот. Тој одсекогаш морал да мисли на големина на богатот што го носи на сесите плочки и на тежината, на грижата со кој ќе појде на патот. Од негова одлука зависи дали ќе појде, колку задоволство ќе има на патот и во тугината што се ќе констатира дека му недостига или му е на терот. Со работи за култура на човекот што може да се бара само во богатот или пак и во неговата

рани и подесни дури за долг пат и боравок. Современикот многу го искомпликувал одморот, па тој е потешко да се организира. Таквиот одмор како да покажува дека полесно е да се работи и отседне дома отколку да се одмара во некои други простори.

Покрај оваа противречност што се антагонизира има уште една што ја дефинира природната средина со дадените услови што се задржале низ векови и милениуми и наспроти на неа една друга техничка индустриска околина. Кога овие две средини се диференцираат тогаш евидентно е во најчест случај меѓусебното негирање. Раскошната анализа на тоа меѓусебно дејство и влијание покажува таква борба што го раскинува, расчашува човекот што се одмара во изострени противречности. Водата со плаветнилото, жуборот или брановите се заплускуваат со врева, бучава, со отпадни материи, мириси и слично, со еден пркос на човекот од нашата техничка епоха кој како да демонстрира пред природата своја сила и моќ. Поради тоа веќе тешко се изнаоѓа чиста вода, мирен предел, питоми ритми на природата за да човекот почувствува бар малку од оној благодет што го имало преиндустриското време и цивилизација. Ова како да е неминовно и можеме да жалиме што веќе неможеме да се одмараме ако сме без своите средства, без овојот багаж. Било колку да се оголиме (плажа Баа) нив го чувствуваме совремието со сите свои благодети, тегоби и болести.

Предмет на посебна анализа се туристите што се одупираат на класичните модели за туристично сместување и не отседнуваат во хотели со ванга или снелга категорија и воопшто во градби и приватни сместувања. Трагајќи по нешто ново и оригинално, бегајќи од градба и надградба, од рад и индустриски подредености се клонат од институциите и сервисите и бараат да отседнат колку може подалеку во природен допир со исконската природа. Човекот бега како пламенита дивина кон некоја база со изобилан мир и тишина.

Таквите луѓе отседнуваат во кампови или пак изразуваат некој немир барајќи промени и развивајќи идеи за севозможни комбинации каде се би можело да се сместат. Овие туристи - тие што отседнале во кампови, како и тие што покажале склоност кон промена во сместувањето бараат посебно внимание и студија. Тие одбрале специфични и нови форми на туризам - кампување или пак во својата комбинаторика го покажале она неспирано чувство. Има верување дека пробите туристи треба да се откриваат во тие што го одбрале кампувањето како модел за одмаране, односно во тие што покажале поширока лепеза на интереси и желби и што бараат одморот динамично и постојано да се менува за да се покаже новото, разнородното и необичното.

Како основа за овие претпоставки во структурата се земени одговори од 70 туристи што се сместиле во камповите



како и на 31 турист што изразил желба да го промени сместувачкиот капацитет.

Ако внимателно ги анализираме овие две групи туристи паѓа во очи дека се работи за луѓе што бараат динамичен одмор, односно што не само во годишниот одмор, туку веројатно и во животот се многу подвижни. Кога се погледа кои земји посетиле во текот на последните 5 години се иде до сознанието дека тие надолж и широко ја прокрстариле Европа и доста често и неколку континенти. Само мал процент од нив 5,9% за прв пат се во странство, односно во Југолавија.

Од европските земји посетиле толку многу што не можат дури да се набројат. Во просек секој турист од оние што биле во странство испаѓа ден посетил по 4-5 земји во Европа. Во неевропските земји општо слабо се посетени од туристите што дошле во Македонија, меѓутоа, оваа група (сместени во кампови или што избрала желба за промена на сместувачките услови) сепак значајно може да се пофали дека посетила барем по две неевропски земји (1,86%).

Што се пак однесува за Југославија скоро една третина од нив (30%) за прв пат доаѓа во нашата земја. Другите третини веќе биле еднаш во последните 5 години а останатите можат да се пофали дека биле повеќе пати. Врз основа на ова може да се претпостави некоја исповрзаност на оние што

повеќепати ја посетиле нашата земја во која има вока биле оди,  
односно со тие што токму сега за прв пат доаѓаат во Југославија.  
Паа го поменуваме бидејќи искуството на пријателите и роднините  
од боравокот станува проверена основа и основа за своето туристичко  
патување.

За да се исклучат, сепак, и да се направат можда не  
можни комбинации во сместувањето, а така и во транспортни услови  
е првото. Првиот услов е во транспортот присутен бидејќи многу  
голем процент од туристите се возејќи кога тоа е  
(67,6%), а најчесто првото е чартер и исклучиво возејќи  
да се служат и во текот на одмората, т.е. 10-15%. Второ  
се жели<sup>72</sup> за употреба<sup>73</sup> авион, брод, или автобус и др. Замислајте  
за туристите што колата ја користат, тоа возово не е оди,  
подвижноста било да дојдат во Југославија или да се оди  
касно да стигнат во одредено туристичко место.

Авиано има и оди, првото возејќи ја објаснува  
подвижноста а тоа е човекот со своите работни намени за  
одмор и рекреација, иговат<sup>74</sup> автобус и авион да ја користат  
вигла<sup>75</sup> можностите што ги дава една возово поклада на местот.  
Подо треба да спрече дека туристите иголат по два слободни дена  
и неделата, поретко по еден што возово го користат за  
дневни прошетни, излети или иголат<sup>76</sup> подвижноста на луѓето  
по текот на слободните дена, иголат<sup>77</sup> карактера во животниот  
стил донела одредени навики, савршена способност и смелост да  
се отседне во предели каде некогаш браќа можат да се оди  
услови за живот, а намо<sup>78</sup> ли за одмор иголат<sup>79</sup> туристичката средина

што ја користат за викенд сега станува основа за кампувањето во текот на годишниот одмор. Слично нешто станува и со другите навики или воопшто со животен стил на човекот што бара не само чести, туку и разновидни комуникации со другите луге предели и услови. Впрочем, тие имаат годишен одмор обично по еден месец, а тоа е секако доволно да се посетат повеќе предели, да се доживеат различни нешта и запознаат повеќе луге и народи.

Сепак грото од овие туристи како главна причина за посета на нашата земја велат дека е одморот. (72,6%) и ретко се работи за пропатување или за некои културни мотиви. Намерата е да се остане релативно повеќе време во нашата земја. Интересно е дека структурата на камперите се погодила токму таква што скоро под еднаква има туристи што намераваат да останат повеќе од една - две, три и дури повеќе недели. За разлика од нив тие што бараат промена на сместувачки капацитети обично намераваат да отседнат по две недели, доста често и помалку (24,2%).

Факторската анализа покажува дека оваа категорија туристи дошла од различни по големина места. Има од сите видови места почивајќи од село, преку градови со различни големини до веллеградови со над пола милион жители. За забележување е дека обично во камповите има туристи што идат од многу различни места, додека во групата што бара промени во туристички капацитети тенденција е да идат претежно од веллеградови (над пола милион 45%) или пак од градови што имаат од 50 до 200.000 жители.

(32,2%). Да поменеме и тоа дека ретки се случаи (14%) на туристи од кампови или оние што бараат промени во сместајот да се членови на некој клуб, друштво или организација што во својата дејност предвидува туристички активности. Зборот в деня не се организирали во институционална смисла за здрав животен систем во време на одморот. Но затоа пак се слободни и како што велат во нивниот одмор, во изборот на правецот, местото на патување и отседнување, не делувала меѓународната економска состојба или тананаречената "нафтена криза". (32,4%) тврдат дека не делувала таа криза на нивниот одмор.

Се покажува точно верувањето дека се сместуваат во камповите односно <sup>за</sup> промена на местата за отседнување повеќе се склони помлади луѓе. Грото на туристи во камповите се родени по 1945 година па се до 1955 година (52,8%). Сличен е случајот и со оние што бараат промени (34,5% се од таа возраст). Во редот на оние природни фактори што лежат во човековото како услов при изборот на видот на одмораша и туристички боравок секако е и полот. Тенденцијата покажува дека кои кампуваат повеќе се склони мажите, отколку жените (53,8% се мажи) исто така и тоа дека кои промени на објектот за сместај повеќе се склони мажите (67,7% се за промена на сместувачкиот капацитет во текот на одморот).

Ако се анализираат самите комбинации во сместувањето се доаѓа до податокот дека обично се правени по две комбинации (80,6%) а поретко се три или повеќе. Со својата поддржина значајно е дека изборот често е сартен некои хотели или туристичка категорија или се одна сместување во приватни куќи (54,8%).

Оваа категорија на туристи обично дошла во Југославија во потесни групи на пријатели (42,7%) и роднини (47,5%) и многу ретко пошле сами. Тие намераваат докрај да го користа индивидуалниот начин на патување без било какви услуги на патнички агенции (87,1%). Мал е процентот на оние што побарале бар делумни услуги од патнички агенции, резервација на карти, соби и сл. Преставата за оваа категорија туристи е сосем потполна биејќи со своите пријатели и роднини, со својата кола пошле на туристичко патување и боравок во Југославија без било какви услуги на патнички агенции. Се качиле во колата и пошле на годишен одмор во Југославија.

Во склопот на оваа прстава за туристите што се сместени во кампови или што изразиле желба за промена треба да се каже и тоа дека нон ваквото туристичко патување, да дојдат во Југолавија и на ваков начин да се сместат и одморат, најмногу ги охрабрило искуството од поранешните посети (35,6%), потоа препораките на пријателите и роднините што веќе ја посетиле нашата земја (19,8%) како и роднините и пријателите во нашата земја и желбата, односно нивната покана да ги посетат и видат (10,9%). За забележување е дека имаат и други мотиви, особено оние што се сместени во кампови, што унажува на разновидни поводи за вакво патување, односно за ваков туристички боравок во нашата земја.

Општо е сознанието дека оваа категорија на турист што неформално се групирала уште при самото поаѓање (са одбрале пријатели и роднини) исто така бара асоцијација за неформални односи во камповите или во промените на сместување

напацитети. Тоа сигурно е во согласност со хуманистичката поимана на туризмот и туристичкото доживување, но изгледа дека и во споразност со економската криза што го зафати светот така што во таа беспарична како многу прифатлива форма в овој вид на туристичко патување и боравок во туристичките места. Оваа појава станува масовна и се помасовна и придонесува брзо да се преполни одредено туристичко место со гости. Но вистаа спопшта гужва нема некоја значајна добивка за нашиот туризам, што се надева дека ќе ја вработи невработената работна сила. Кога се зема за основа фактот дека нашите кампови обично се уште не се добро организирани, тогаш забавувањето и денот некои гости откога ќе платат такса за пребивалиштето од неколку дена, остануваат по цел годишен одмор да летуваат бесплатно.

Оваа појава што зема разумери заслужува внимание и поради тоа што неа ја инспирираат како стил, а не како првобитно образование стуртури. Од испитувањето се гледа дека притоа се со факултетска спрема (33,3% или со средно гимназиско образование (30,2%). Тие туркоти максимално ги користат условите на одбраниот простор или брзо го мануваат истото ако дојдат до нова идеја што е попривлачна, покорисна или поевтина. Меѓуштоа за нас како туристичка земја битно е дека тие се заинтересирани за максимални услуги. Оттука, таквите туристи, со организација на животот во времето на годишен одмор и со своите ангажмани и поддршка на улогите во шаторот или друг сместувачки начин во времето други поореданици

(туристички работници). Впрочем, и затоа веројатно и затоа ги мимоидуваат класичните туристички и особено туристички институции што се пресметани да заработаат со задоволување на примарните потреби на гостите - полн пансион.

Овој вид на туристички боравак е пресметан така да биде ефтин, но е зависен и од информисаноста, од покретливоста, од снаодливоста на туристите да го направат да биде уште поефтин. Во секој случај нашите гости по камповите под редот на тие што го менуваат местото за сместување имале обично погоден одмор што бил во согласност со нивните парични можности (66,2%). Но голема е групата (22,7% што успееле одмораот да го минат ефтино вклучувајќи ги патните трошоци и другите новчани издатоци.

За тој погоден и ефтин одмор, гледано од финансиски гледна точка нашите туристи добиле: климатски услови за кои верувале дека ќе бидат просечни а се покажале многу добри (70%); физички особености од земјата планини и плажи, пак подобри од оние што ги очекувале (67%); патишта доста просечни какви што ги очекувале (57%); сместување просечно, какво што го очекувале (57%); администрација <sup>та</sup> царина, <sup>та</sup> милиција <sup>та</sup> и сл. очекувале да биде просечна таа била подобра (61%); очекувале да бидат просечни, тие биле вистина такви, но и со тенденција кон пониски (53%). Услугите ги очекувале просечни со тенденција кон лоши, а нашите исто така на такви но со тенденција кон подобри. Ниту еден не рекол <sup>дека</sup> услугите биле лоши; гостољубието верувале <sup>дека</sup> ќе биде просечно тоа се покажало

многу подобро (75%); храната, гастрономијата, очекувала да биде просечна, а таа се покажала подобра (84%).

Општиот дојам за нашата земја што го стекнале овие туристи е доста позитивен (50,6%), доста волат дека е баш многу позитивен (24,6%), но затоа пак има добар процент што се воздржува и не го соопштува својот впечаток за нашата земја (23,3%).

#### Обопштена слика

Место одделни заклучоци во врска со испитуваното доволно е да се апострофират и обработат карактеристичните на нашите гости оваа година, нивните искуства од боравеното Југославија, односно во СР Македонија, и посебно во Охридско-преспанската регија:

- Општа е констатација дека нашите гости од странство дошле мотивирани преку едни други екзотични стари но испробани канали за информирање. Тие дошле во Македонија и во Охридско-преспанската регија, во додена туристичка институција, врз основа на поранешното искуство, потоа зра искуствата на свои роднини и пријатели што ја посетиле нашата земја, одредени туристички регии и други институции на туризмот. На прачинето што најмногу делувало да ја посетат нашата земја одговараат дека тоа било искуството од поранешните посетки, (36,6%), препорака на пријатели и роднини што ја посетиле нашата земја (19,0%) и роднините и пријателите и желба да ги видат односно покано да ги посетат (19,3%). Со слична констатација



упатува и прашањето "кои од следните начини на патување ги употребувате или намеравате да ги употребите". Најголям број (78,2% одговара индивидуално патување без било какви услуги на патничките агенции).

Се поставува прашање дали институциите на туристичката пропаганда ја формализирале својат улога, можда се развило чувство на недоверба преманив ако странците користат стари модели на информирање и пропаганда, или информациите се преработени така да предизвикаат сомневање. Можеби самото информирање преку званични институции загубило доверба и луѓето во тој случај се ослониле на старите испробани начини. Место да се ослонат на патоказите за нашата земја, тие се ослонуват на своите искуства и искуствата на своите пријатели и роднини.

Ваквата ориентација сепак не е стихија, туку модус што станал пофикасен од информирањето и од пропагандата на институциите на туризмот.

-- Општа е констатација дека во Македонија, односно <sup>во</sup> Охридско-преспанската регија доаѓаат луѓе што ја прокрстиле Европа и доста често тие биле и во другите континенти. Само 4,9% за прв пат одат во странство а другите посетиле во просек по 5 земји во Европа. Зборот е за тоа дека се работи за туристи што само во последните 5 години виделе многу туристички места и институции на туризмот. Со едно такво искуство тие можат да

споредуваат можат да ги диференцираат условите и да го откријат она што е навистина угостителство, трговија, сообраќај, она што е туризам од она што е приезд и сурогат.

Овие искусни туристи не поминуваат и раминуваат, туку остануваат релативно подолго време во нашата земја. Така некогаш остануваат по една недела (24,8%), други по две недели (30,6%), трети по три (14,9%) и дури по четири недели (17,4%). Сва значи дека гостите своето искуство, со искуството од поранешни посети, со искуство од пријатели и роднини не вршат притисок на нашиот туризам за да квалитетно го остварат својот релативно подолг боравак во нашата земја. Се работи за квалитетни гости што дошле со основен и главен мотив - да се одкараат (59,7%) и што помалку се заинтересирани за транзит (14,5%) или пак за културни нешта (5,7%).

Ако овие гости не бидат добро прифатени и нагостени тогаш да се потсетиме дека тие дошле со своја кола, (73,7%) и можат брзо да ја напуштат институцијата, туристичката регија и нашата земја. Последиците се не само во тоа што ќе ги изгубиме, туку тие остануваат сепак (со оглед на нивното систем за информирање и одлучување запосета) да донесат тешки последици што ќе се чувотаваат со години. Оттука нашата најголема пропаганда е реалната состојба, непосредни и искрвни односи према гостите - овие живи и непосредни контакти. Впрочем странците не разбираат по она што реално сме, а не по она како се рекламираме и промотираме.

- Гостите што ја посетиле Македонија, и особено оваа регија се релативно млади во главном родени по 1940 год. (79,2%) потоа се претежно мажи (59,6%) и во најголем број случаи оженети, односно омажени (55%). Освен тоа тие доаѓаат од градови поголеми од 10.000 жители (17,4%) од тие што имаат од 10 до 50.000 жители (20%), од тие од 50 до 200.000 жители (24,6%), како и од градови со над пола милион (23,5%). Мислата е дека идат претежно од развиени средини за кои може да се претпостави многу развиен живот и стандард.

Кога на тоа се додаде степенот на образованието (39,8% се со виша и високо образование), тогаш се комплетира преставаат за нашите гости како образовани и културни индивидуи што имаат свои и изградени критериуми за живот и доживување за размисла и имагинација.

Сепак исто така, е важно а за туристичката земја и регија, особено битно, какви впечатоци понеле од условите на нашата земја. Странските туристи мислат, со оглед на своите парични можности дека нашата земја е "погодна" за да во неа го минат годишниот одмор (55,8%). Голям е процентот на оние што мислат дека е евтина (35,4%) и ретки се случаи кога се докажува дека за нив таа е скапа (8,8%). Ова е особено значајно бидејќи трошоците за својот годишен одмор во потполност ги сносат сами (87,3%).

Кога одделно се анализираат основните карактеристични особености на нашиот туризам констатираат дека климатските физичките особености, потоа гостољубието, администрацијата,

храната и гастрономијата и сл. Ги очекувале да бидат просечни, но затоа пак со задоволство констатираат дека наишло на многу подобри услови од сасите очекувала.

Од своја страна за патиштата, за смостувањето и цените очекувале дека ќе бидат просечни и навистина тие се увериле дека виделе, доживеале и провериле со свое искуство дека имале право во своите прогнози. Што се однесува пак до услугата тие верувале дека ќе биде просечна, а наишло не различна, па затоа во одговорите се разликале. Едни тврдат дека таа била просечна, (50%), други дека била добра (40%) а трети дека била лоша (10%). Слутниот дојам за нашата земја е доста позитивен (45,5%) поратко е многу позитивен (24,5%) и доста често неутрален (25,4%). Многу мал е процентот што констатирале дека понесуваат негативни впечатоците од нашата земја (4,1%).

## ПОВАЖНА ЛИТЕРАТУРА

(цитирана)

1. С.Марновий "Основи туризма", Загреб, 1967 год.
2. Јаша Гргашевић "Туризам у теорији и пракси", Београд, 1958 год.
3. Др. Милан Мази и др. (група автори) "Основи туризма", Београд, 1967 год.
4. Жорж Фридман "Куда иде људски рад", Београд, 1959 год.
5. Институт за економику туризма "Тржишне могућности за дугорочни развитак туризма у СР Македонији", Загреб, 1972 година.
6. Д.Базала "Методe истраживања туристичког тржишта", Загреб, 1966 година.
7. Анри Лефевр "Дијалектички материјализам - критика свакодневног живота", Загреб, 1959 год.
8. С.Марновий и З.Марновий "Економика туризма", Загреб, 1972 год.
9. Ерих Фром "Бекство од слободе", Београд 1964 год.
10. Рајт Милс "Елита власти", Београд, 1964 год.
11. Херберт Маркузе "Човек једне димензије", Сарајево, 1968 год.
12. Др. Слободан Унковић "Економика туризма", Београд, 1974 год.
13. Др. Славко Енсмингер "Избор" бр. 1 - страна литература из економике туризма, Београд, 1970 година.
14. Ж.Фридман "Размрљени рад", Загреб, 1959 год.
15. С.Горбевий "Где и како да користимо дневни, недељни и годишни одмор", Београд, 1958 година.
16. Рајт Милс "Социолошка имагинација", Београд, 1964 год.
17. Карл Маркс, "Капитал" том I), Београд, 1968 год.
18. Др. Миро Миховиловий "Слободно време грађана Југославије" Институт за друштвена истраживања Гвучилишта у Загребу, 1972 год.
18. Републички завод за статистику, "Прикази и студии", Скопје, 1973 год.
19. Едмунд Џенсон "Како се треба одмарати", Београд-Загреб, 1958 год.
20. Ерих Фром "Анатомија људске деструктивности", Загреб, 1975 год.
21. Д-р Ристо Стојаноски, "Охрид, Здравствено-туристички центар", Охрид, 1973 год.
22. Д-р Миро Миховиловий "Структура и функција омладинских клубова" Загреб, 1970 год.
23. Д-р Миро Миховиловий "Слободно време грађана Југославије", Загреб, 1972 год.

