

Alen Šabanović, MA

METODOLOŠKA RAZMATRANJA KULTURNOG TURIZMA

Sažetak

Kulturni turizam predstavlja relativno novo područje koje na prvi pogled predstavlja spoj oblasti kulture i turizma. Međutim, radi se o složenoj pojavi, te multidisciplinarnom polju u kojem istraživači sa različitim akademskim pozadinama sve više i više rade zajedno. U takvom kontekstu, dolazi do multidisciplinarnog pristupa istraživanjima koji postepeno evoluira u interdisciplinarni pristup gdje se sintetiziraju perspektive i pristupi različitih disciplina. Cilj ovog rada jeste dati pregled historijskog razvoja metodoloških pristupa istraživanjima u turizmu i kulturnom turizmu, predstaviti trenutne tendencije, te različite metodološke pristupe i instrumente sa njihovim prednostima i nedostacima.

Ključne riječi: turizam, kulturni turizam, metodološki pristupi, instrumenti, mane i prednosti

UVOD

Iako je kulturno iskustvo predstavljalo značajan motiv za turistička putovanja od početaka turizma kao prakse, pa sve do kraja 20. stoljeća, ono se uglavnom smatralo dopunom osnovnoj turističkoj ponudi, koja bi dodatnom sadržajem produžila posjetu turista određenoj destinaciji. Tokom svog razvoja, turizam je postajao sve važniji factor privrednog razvoja mnogih zemalja i krajem dvadesetog vijeka pozicionirao se kao konkurentniji u odnosu na druge privredne grane. Početkom 21. Stoljeća kulturni turizam postaje primarna ponuda pojedinih destinacija.

Kada govorimo o definiranju kulturnog turizma, većina autora ističe kako je teško ustanoviti njegovu univerzalnu definiciju. Problem definiranja kulturnog turizma otežan je i činjenicom da se u stručnoj literaturi kao i turističkoj praksi, koristi nekoliko naziva kojima se on označava, poput kulturnog turizma, turizma baštine ili turizma kulturnog naslijeđa. Neadekvatnost naziva ove vrste turizma, koje se fokusiraju na baštinu ogleda se u činjenici da je kultura puno širi pojam od baštine koja predstavlja samo jedan njen element. Jedan od primjera šireg poimanja kulture u oblasti turizma jeste definicija Danijele Angeline Jelinčić koja kulturni turizam definiira kao *posjete osoba izvan mjesta njihovog stalnog boravka motivirane u cjelosti ili djelimično interesom za povijest, umjetnost, baštinu ili stil života lokaliteta, regije, zemlje.* (Jelinčić, 2008).

Iako kulturni turizam kao akademska disciplina na prvi pogled predstavlja sintezu oblasti kulture i turizma, radi se multidisciplinarnom području koje obuhvata niz drugih akademskih područja. Smith (2003) ističe nekoliko područja na koje se oslanja kulturni turizam poput, antropologije, kulturnih studija, sociologije, urbanog planiranja, umjetničkog menadžmenta, baštinskih i muzeoloških studija. Budući da se turizam općenito pokazao kao složena pojava i multidisciplinarno polje, te da istraživači turizma s različitim akademskim pozadinama sve više i više rade zajedno, multidisciplinarni pristup u istraživanju turizma postupno evoluira u interdisciplinarni pristup u kojem se kombiniraju i sintetiziraju

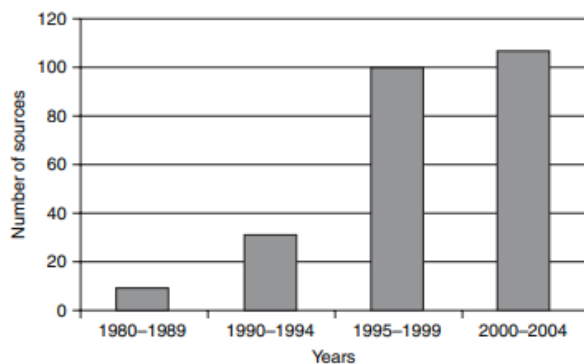
perspektive različitih disciplina, te samim tim i različiti metodološki okviri i pristupi istraživanjima.

Burns tvrdi da se istraživanje turizma općenito može svrstati u dvije istraživačke kategorije, jednu od akademskih i onih koji rade u grani (Burns, 1999), pozivajući se na mogući nesklad pri pokušaju istraživanja određenih problema u turizmu.

Metodološki trendovi sa kraja 80ih i 90ih

Sa značajnijim razvojem kulturno motivisanog turizma u posljednjoj četvrtini 20. stoljeća, te sve većim profilisanjem kulturnog turizma kao selektivnog oblika turizma, pažnja akademske zajednice usmjerava se na istraživanje glavnih trendova i problema u ovoj oblasti. *Sve veći broj dolazaka turista u tom periodu rezultirao je povećanim prilivom novca, a fokus ranih istraživača bio je uglavnom na kvantitativnom pristupu, procjeni ekonomskih uticaja i mogućih poboljšanja.* (Wei, Fook, Low, 2015.) Istraživanja u turizmudoživljavaju značajan rast 80-ih godina, što je rezultiralo stalnim porastom u broju objavljenih istraživanja u turizmu (Sheldon, 1991)

ATLASova bibliografija kulturnog turizma pokazuje značajanu razliku u broju akademskih radova između 80ih i 90ih, gdje je najveći porast primjetan početkom druge polovine 90-ih.



Grafikon 1. Broj izvora navedenih u Bibliografiji kulturnog turizma ATLAS-a po vremenskim periodima.

Tokom 80ih jedna od najprisutnijih metoda uključivala je korištenje anketa koje će kasnije biti obrađene statističkom analizom, a ranih 90-ih, kada je kulturno naslijeđe prepoznato kao moćno sredstvo ekonomskog razvoja, kvantitativne studije u turizmu su se fokusirale na posjetitelje kulturne baštine. *Tokom ranih 90-ih došlo je do eksplozije u proučavanju odnosa između turizma i kulturnog naslijeđa, povezanog s otkrivanjem baštine kao jednog od "glavnih pokretača" postmoderne ekonomije* (Richards, 1996.). Sredinom 90-ih, kulturne atrakcije postaju sve značajnije u ekonomskom smislu, kako za urbane tako i za ruralne destinacije. Kako Ritzer navodi, „*nove katedrale potrošnje*” *zavise od mogućnosti privučenja velikog broja kulturnih turista da valorizuju svoj kulturni sadržaj i maksimiziraju ekonomske učinke.* (Ritzer, 1999)

Kasnih 90ih dolazi do velikog pomaka u metodološkom pristupu istraživanja kulturnog turizma. Kako društveni i kulturni aspekti proizvodnje i potrošnje u kulturnom turizmu postaju fokus istraživanja, kvalitativna metodologija dobija snažnije uporište u ovoj

oblasti. Pojavljuje se potreba za razumijevanjem razloga iz kojih turisti konzumiraju kulturu i kulturne proizvode. Ankete, kao dominantni instrument istraživanja u turizmu 80ih, 90ih su generalno zamijenjene dubinskim intervjuima koji se više nisu fokusirali samo na turiste nego i na proizvođače kulturnih sadržaja. Richard i Munsters, tvrde da je *veliki dio tadašnjih istraživanja proveden kroz dubinske intervju s turistima i kulturnim producentima, te takođe kroz analizu sadržaja pisanih dokumenata i digitalnih medija (brošure, web stranice, itd.).* (Richards, Munsters, 2010.)

Kvantitativni pristup

Ankete, te drugi instrumenti kvantitativnih metoda, zagovornici kvalitativnog pristupa često osporavaju kao nedovoljne, ali su sa statističke perspektive veoma značajne, jer predstavljaju valjana sredstva za mjerenje uloge kulturnog turizma u određenoj turističkoj destinaciji i efekata kulturne potrošnje. Ankete takođe pružaju korisno sredstvo za praćenje trendova tokom određenog vremenskog perioda – što je od vitalnog značaja za tržište potrošača koje se brzo razvija. (Richards, 2010.) Wei, Fook i Low ističu da značaj statističke analize kvantitativnog pristupa leži u *moгуćnosti prikupljanja i analize podataka koji se ogledaju u objektivnim stvarima, kako bi se jasnije opisalo pravilo varijacije podataka te shvatile suštinske varijacije između varijabli.* (Wei, Fook, Low, 2015)

Druge prednosti kvantitativnih metoda, koje iznose autori, uglavnom se tiču prikupljanja i analize podataka u turizmu općenito, te se mogu primjeniti u istraživanjima većine selektivnih oblika turizma pa i kulturnog turizma. Takva primjena kvantitativnih metoda obično se koristi za prikupljanje podataka kao što su broj turista koji dolaze, trajanje i učestalost njihovog boravka i sezonalnost turističke destinacije. Za razliku od kvantitativnog pristupa, kvalitativni pristup, prema Hapenciuc, *bavi se strukturom turista potrošača po godinama, socioprofesionalnim kategorijama i prihodovnim grupama, oblicima putovanja, prevoznim sredstvima itd.* (Hapenciuc, 2003) Iako je svrha i vrijednost kvantitativnog pristupa prilično očigledna, u slučaju istraživanja, na primjer, vjerovatnoća i tačnost informacija moraju se uvijek uzeti u obzir, naglašavajući važnost pravilnog određivanja uzorka.

Kvalitativni i mješoviti pristupi

Za razliku od kvantitativnog istraživanja, *kvalitativno se u fokusu definiše kao multimetodsko istraživanje koje uključuje interpretativni, naturalistički pristup svom predmetu.* (Denzin i Lincoln, 1994) To znači da kvalitativni istraživači proučavaju stvari u njihovom prirodnom okruženju, pokušavajući da shvate ili protumače fenomene u smislu značenja koje im ljudi donose. Kvalitativno istraživanje uključuje korištenje i prikupljanje različitih empirijskih materijala, studija slučaja, osobnih iskustava, introspektive, životne povijesti, intervju, opservacijskih, povijesnih tekstova koji opisuju rutinske i problematične trenutke i značenja u životu pojedinca.

Ritchie i Lewis, donose sličnu definiciju koja se oslanja na proces interpretacije i značenja kako bi odgovorili na istraživačka pitanja *koja zahtijevaju objašnjenje ili razumijevanje društvenih pojava i njihovog konteksta.* (Ritchie i Lewis, 2003) Iako ovakve definicije sugeriraju sasvim suprotan pristup od kvantitativnog, neki autori tvrde da se kvalitativna istraživanja često pogrešno shvataju, jer se oslanjaju na određene numeričke

podatke baš kao i kvantitativne. Kao što je prikazano u (Cheia, 2010), Winchester, kategorizira tri aspekta kvalitativnih metoda primjenjivih u oblasti turizma:

1. *Usmeni (intervjui, fokus grupe, studije slučaja)*
2. *Tekstualna analiza (analiza sadržaja dokumenata)*
3. *Direktna opservacija*

Što se tiče intervjua (strukturiranih i nestrukturiranih) Cheia prepoznaje sljedeće prednosti:

1. *Stavovi i emocije ispitanih ljudi mogu se istražiti detaljno i vjerno bez pribjegavanja standardnim alternativnim odgovorima;*
2. *Motivacija i otpor se mogu ustanoviti iz određenih oblasti, zemalja, proizvoda ili usluga;*
3. *Analiza složenih istraživačkih tema ili novih problema koji u početku nisu bili dovoljno pokriveni podacima;*
4. *Razvoj povjerenja između istraživača i ispitanika, što može omogućiti i pristupiti određenim „tabu“ temama. (Cheia, 2010)*

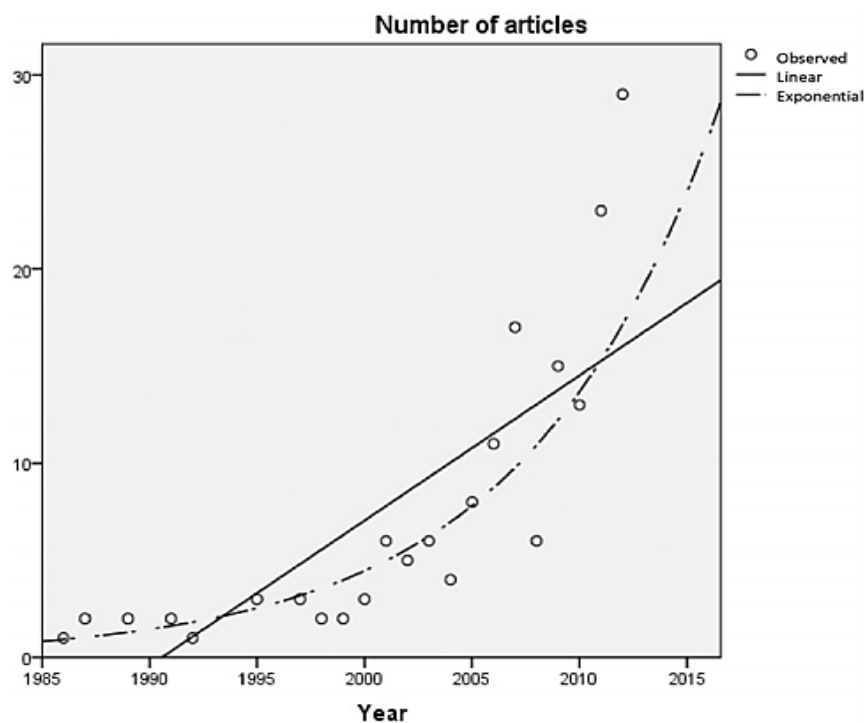
Fokus grupe su u bliskoj vezi sa intervjuima i mogu se definisati kao stil intervjua dizajniran za male grupe. Koristeći ovaj pristup, istraživači nastoje da kroz diskusiju nauče o svjesnim, polusvjesnim i nesvjesnim psihološkim i sociokulturnim karakteristikama i procesima među različitim grupama. Cheia definira fokus grupu kao *interakciju grupe pojedinaca koji imaju neke zajedničke interese ili karakteristike, grupu koju je okupio moderator, koji koristi grupu i njene interakcije kao način da dobije informacije o specifičnom problemu*, te navodeći sljedeće prednosti ove metode:

1. Identificiranje problema i pitanja koja treba uključiti u upitnik kvantitativnog istraživanja
2. Dobijanje prijedloga za tumačenje podataka prikupljenih u kvantitativnim studijama
3. Validacija rezultata prethodnih studija
4. Pragmatične prednosti ove tehnike za istraživanje su: fleksibilnost, brzi rezultati i smanjeni troškovi. (Cheia, 2010)

Studije slučaja predstavljaju još jednu primjenjivu metodu kvalitativnog istraživanja u kulturnom turizmu. Prema (Hamel et al., 1993), ono uključuje *sistematsko prikupljanje informacija o određenoj osobi, grupi, događaju, društvenom okruženju, u nastojanju da se shvati kako predmet istraživanja funkcioniše*. Prema njima, ova metoda nije posebna tehnika prikupljanja podataka, već metodološki pristup koji jednostavno uključuje određene mjere prikupljanja podataka. Akumulirani podaci mogu doći iz različitih izvora kao što su životne historije, usmene historije, dubinski intervjui, dokumenti te zapažanja učesnika.

S obzirom na prirodu prikupljanja podataka, ovaj metod se pokazao kao prilično primjenjiv u istraživanju kulturološke strane turizma. Kao što Shaughnessy i Zechmeister navode, *naučne prednosti metode studije slučaja leže u njenoj sposobnosti da otvori put otkrićima, te mogućnosti davanja uvida u moguće hipoteze koje bi se mogle istraživati u daljim studijama. Međutim, glavni nedostatak metode ostaje mogućnost prevelikog broja subjektivnih odluka u istraživačkom procesu, koje donosi istraživač. Objektivnost rezultata, lako se dovodi u pitanje. (Shaughnessy i Zechmeister, citirano u Berg 2009)*

Prema Bergu, analiza sadržaja je *metoda koja se odnosi na pažljivo, detaljno, sistematsko ispitivanje i tumačenje određenog korpusa materijala u nastojanju da se identifikuju obrasci, teme, predrasude i značenja*. (Berg, 2009). Iako bi se analiza sadržaja mogla pokazati kao korisna u analizi dokumenata, kao što su strateški dokumenti koji se odnose na razvoj turizma i kulturnog turizma, sa metodološkog stanovišta, postoji mnogo nedoumica da li je ova metoda kvalitativna ili kvantitativna, ili se može koristiti na oba načina. Ova metoda ima određena ograničenja. Hall i Valentin ukazuju da upotreba ove metode u velikoj mjeri ovisi o vještini istraživača, procjeni i razmišljanju o istraživačkom procesu, referirajući se na veliku vjerovatnoću pristrasnosti tokom analize. (Hall, Valentin, 2005.) S druge strane, Camprubí, Coromina, pokazuju trend značajnog porasta upotrebe ove metode od 1985. do 2015. u turistički orijentiranim naučnim časopisima.



Grafikon 2. Odnos između broja objavljenih članaka koji koriste analizu sadržaja i godine njihovog objavljivanja (Camprubí, Coromina, 2016)

Osim analize sadržaja, studija slučaja i fokus grupa, istraživanja u turizmu također se koriste i opservacijom. Kao metod naučnog istraživanja, opservacija se definiše kao praćenje aktivnosti i sistematsko opisivanje pojava i događaja koji se dešavaju u turizmu. Kao i u drugim oblastima istraživanja, opservacija se može razlikovati na učestvovanje i neučestvovanje, u zavisnosti od izbora posmatrača da učestvuje (posmatra).

Može se uspješno izvesti korištenjem prikrivenog posmatranja (identitet istraživača i istraživačke svrhe su skriveni, na primjer da bi se približili obimu turističkih tokova, karakteristikama, cijenama koje se oglašavaju, stepenu zadovoljstva kupaca) ili otvoreno posmatranje (identitet istraživača se otkriva u proučavanoj grupi, ali se ponekad skriva

priroda istraživanja). (Cheia, 2010.)Bez obzira na izbor učešća, neophodnost u ovoj metodi je ispravnost u procesu posmatranja. Kruczek navodi šest osnovnih principa takvog pristupa:

1. Za posmatranje je potrebno planiranje
2. Posmatranje treba biti usmjereno na problem istraživanja
3. Posmatranje mora biti dokumentovano
4. Posmatranje je neophodno za objektivizaciju
5. Posmatranje se mora ponoviti
6. Posmatranje treba obaviti na nekoliko lokacija. (Kruczek, 2015.)

Angrosino tvrdi da iako većina zapažanja u vezi sa funkcijama turizma ima kvantitativnu osnovu

Posmatranje je često osnova za otkrivanje kvalitativnih informacija. Ono se formira se već u kontaktu sa učesnicima u turizmu, ili organizatorima, ili drugim akterima u turizmu - gde je to potrebno za anketna istraživanja, ili za obavljanje intervjua. Interakcija posmatrača - istraživača sa akterima turizma pruža kvalitativni karakter metodi posmatranja. (Angrosino, 2010)

Mješoviti metodološki pristup

Turističko iskustvo također predstavlja značajan faktor u istraživanjima kulturnog turizma, posebno kod upravljanja destinacijom, jer predstavlja jedan od ključnih faktora za kvalitet boravka i moguće ponovne posjete turista. U analizi ovakvih faktora, pojedini autori koriste pristup mješovitih metoda.

Kao proširenje ranijeg istraživačkog modela poznatog kao *hospitality audit*, Munsters sugerira da bi revizija doživljaja kulturnih destinacija, na primjer, mogla biti zasnovana na kombinaciji kvantitativnih i kvalitativnih metoda. On predlaže tri metode prikupljanja podataka prikladne za terensko istraživanje, kako bi se „izmjerilo“ iskustvo posjetitelja. (Tabela 1). *U suštini, kombinovanjem tri različita pristupa uz dodatak principa metodološke triangulacije, istraživač može doći do relevantnijih rezultata po pitanju turističkog iskustva.* (Munsters, 2010.)

Tip Istraživanja	Metoda istraživanja	Instrument istraživanja	Populacija
Kvantitativno	Ispitivanje	Lično anketiranje	„Kulturni“ turist
Kvalitativno	Opservacija	Turistička posjeta	Pružatelj usluga
Kvalitativno	Ispitivanje	Dubinski intervju	Pružatelj usluga

Tabela 1. Metodologija revizije doživljaja kulturnih destinacija (Munsters, 2010)

Puczkó i drugi, predstavljaju ideju metodološke triangulacije kroz svoj primjer ponašanja posjetitelja mađarskog muzeja na otvorenom. Metode korištene u ovom slučaju su: intervjui posjetitelja sa standardnim upitnikom, zapisi dnevnika posjetitelja (VED) i fotografije koje su zabilježili posjetitelji (VEP). *Proces triangulacije u ovom slučaju zahtijevao je ne samo korištenje različitih metoda u isto vrijeme, već i njihovu usaglašenost. Iz tog razloga, istraživač je osigurao da se nalazi odvojenih metoda međusobno podržavaju i nadopunjuju, pri čemu je izbjegavao ponavljanje podataka i informacija. Također, svaka*

metoda je bila fokusirana na samo jedno ili dva glavna istraživačka pitanja. (Puczko et al., 2010)

Metod	Objekat istraživanja		
	Segmentacija	Aktivnosti tokom boravka	Sjećanja
Upitnik	XX	X	X
VED	X	XX	X
VEP	X	X	XX

Tabela 2. Metodologija triangulacije (Puczko et al., 2010)

Čini se da se pristup mješovite metode pokazuje djelotvornim u određenim istraživačkim slučajevima u oblasti istraživanja kulturnog turizma, uprkos tome što se mnogo piše za ili protiv toga. Fox i drugi tvrde da *neki razlozi iza ove debate mogu proizaći iz akademskih časopisa koji imaju tendenciju da budu zasnovani na disciplini i često naginju određenim istraživačkim paradigmama.* (Fox et al. 2010)

ZAKLJUČAK

Sredinom 90ih, istraživanja u turizmu doživjela su značajan porast, što je posljedično potaklo i razmatranja u metodološkim pristupima istraživanju u turizmu i kulturnom turizmu. Za razliku od 80ih. krajem 20. stoljeća dolazi do velikog pomaka u metodološkom pristupu istraživanja kulturnog turizma, gdje se zbog fokusa na društvene i kulturne aspekte, težište metodološkog pristupa pomjera sa kvantitativnih na kvalitativne metode. Među najčešće korištenim kvalitativnim metodama i instrumentima navode se intervjui, fokus grupe (u vrlo uskoj vezi sa intervjuima), studije slučaja, analiza sadržaja te direktna opservacija, iako treba napomenuti da se analiza sadržaja (koja je doživjela veliki porast u upotrebi početkom 21. stoljeća), u odnosu na specifičnosti istraživanja može okarakterisati i kao kvantitativna i kvalitativna metoda. Osim opredjeljenja na isključivo kvantitativne ili kvalitativne metode, primjetno je opredjeljenje i za tzv. pristup mješovitih metoda. Jedan od slučajeva gdje se ovakav pristup može koristiti jeste upravo analiza turističkog iskustva u okviru kulturnog turizma. Iako se metodološki pristup u oblasti turizma i kulturnog turizma znatno promjenio u posljednjih 20 godina, kvantitativne metode i dalje ostaju široko primjenjive kod mjerenja uobičajenih statistika u turizmu općenito, poput broja posjetilaca, trajanja i učestalosti boravka, te sezonalnosti turističke destinacije.

Literatura:

1. Angrosino, M. (2010) *Doing Ethnographic and Observational Research*. PWN Warszawa, str. 186
2. Berg, B. L. (2009) *Qualitative Research Methods for the Social Sciences*, Allyn & Bacon.
3. Burns, P. (1999) *An Introduction to Tourism and Anthropology*, str. 111
4. Camprubí, R., Coromina, L. (2016) Content analysis in tourism research, *Tourism Management Perspectives* 18 (2016), str. 135
5. Cheia, G. (2010) *Research Methods in Tourism*, str. 86, 87
6. Denzin, N. K. and Lincoln Y. S. (eds) (1994) *Handbook of Qualitative Research*, 1st ed. Sage, London, str. 2
7. Fox, D., Edwards J., Wilkes, K. (2010) *Employing the Grand Tour Approach to Aid Understanding of Garden Visiting*.
8. Hall, C. M., & Valentin, A. (2005). *Content Analysis. Tourism research methods*.
9. Hamel, J., Dufour, S., & Fortin, D. (1993). *Case Study Method*. Thousand Oaks, CA: Sage.
10. Hapenciuc, V. (2003) *Statistical research in tourism - A study on the touristic phenomenon in the district of Suceava*, Zoloti Litavry Publishing House, Chernivtsi, Ukraine, str. 22, 23
11. Jelinčić, Daniela Angelina. *Abeceda kulturnog turizma*. Zagreb: Meandar, 2008, str. 41, 42
12. Kruczek, Z. (2015) *Observation as a Basic Qualitative Method in Tourism Research. Case Study of Tourist Destination Donovaly in Slovakia*, str. 2
13. Munsters, W. (2010) *The cultural destination experience audit applied to the tourist-historic city*, str. 3
14. Puczkó, L., Bárd, E., Füzi, J. (2010) *Methodological Triangulation: the Study of Visitor Behaviour at the Hungarian Open Air Museum*, str. 5
15. Richards, G. (2010). *The Traditional Quantitative Approach. Surveying Cultural Tourists: Lessons from the ATLAS Cultural Tourism Research Project*, str. 27
16. Richards, G. (1996) *Cultural Tourism in Europe*. CAB International, Wallingford, UK
17. Richards, G., Munsters W. (2010) *Developments and Perspectives in Cultural Tourism Research*, CAB International, str. 4
18. Ritchie, J. and Lewis, J. (2003) *Qualitative Research Practice. A Guide for Social Science Students and Researchers*. Sage, London, str. 5
19. Ritzer, G. (1999) *Enchanting the Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption*. Pine Forge Press, Thousand Oaks, California.
20. Shaughnessy, J. J., & Zechmeister, E. B. (1990). *Research Methods in Psychology* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
21. Sheldon, P. (1991) *An authorship analysis of tourism research*. *Annals of Tourism Research* 18, str. 483
22. Smith, M.K. (2003) *Issues in Cultural Tourism Studies*. Routledge, London.
23. Wei, M. Y., Fook, O. S., Low, K. (2015) *Literature Review of Cultural Tourism*.

METHODOLOGICAL CONSIDERATIONS OF CULTURAL TOURISM

Summary

Cultural tourism represents a relatively new area that at first glance represents a combination of culture and tourism. However, it is a complex phenomenon, and a multidisciplinary field in which researchers with different academic backgrounds are increasingly working together. In such a context, there is a multidisciplinary approach to research that gradually evolves into an interdisciplinary approach where the perspectives and approaches of different disciplines are synthesized. The aim of this paper is to provide an overview of the historical development of methodological approaches to research in tourism and cultural tourism, present current trends, and different methodological approaches and instruments with their advantages and disadvantages.

Keywords: *tourism, cultural tourism, methodological approaches, instruments, advantages and disadvantages*