

Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам, Врњачка Бања;
Висока туристичка школа струковних студија, Београд

DOI 10.5937/kultura1962121T
УДК 338.482:316.728
175:338.48

стручни рад

УТИЦАЈИ ЕТИЧКИХ КОДЕКСА НА СВАКОДНЕВНИ РАЗВОЈ КУЛТУРЕ ПОНАШАЊА У ТУРИЗМУ

Сажетак: Свакодневно одржавање културне свести, један је од задатака планирања туристичког развоја широм света. Како би се ова делатност интегрисала у општи културни и друштвени развој, неопходно је континуирано информисање и едуковање свих туристичких субјеката о правилном и етички прихватљивом облику коришћења ресурса у туризму. С обзиром да се културни ресурси често деградирaju, понекад без могућности ревитализације, потребно је усмерити посебну пажњу на туристичко планирање и комерцијализацију вредности у туризму. Кроз процес културне еманципације, неопходно је минимизирати конфликте који се могу појавити између госта, домаћина и простора као окружења у овој интеракцији. Један од модела јесте позитиван утицај етичких кодекса на развој културе понашања у туризму као друштвеној појави.

Кључне речи: свакодневна култура, туризам, етички кодекси, културно наслеђе

Увод

Свакодневном применом етичких кодекса у туризму, спречавају се његови лоши утицаји на простор и културу. Етички кодекси су средство културне едукације и односе се на

моралне принципе и понашање субјеката у туристичким кретањима. Они се не односе само на туристе, већ и на остале учеснике, као што су туристичка привреда и локална заједница. Ови кодекси могу да представљају визуелну форму културне поруке у смислу рекламе или кратке анимације а најчешћи облик су писани (штампани) културно-етички кодекси, који обавештавају кориснике простора о начину на који својим понашањем не смеју да утичу на средину. Туризам који доводи у контакт друштвене заједнице и појединца, културе и цивилизације, има значајну улогу у омогућавању интеркултуралног дијалога¹. Најважније је да етички кодекси позитивно утичу на туристе и остале чиниоце туристичког тржишта. Дистрибуција ових етичких упутстава у пракси, обично се поверава организаторима путовања, рецептивним туристичким организацијама и појединцима, визиторским центрима у заштићеним просторима, културним установама, кустосима музеја, саобраћајним организацијама у дестинацијама или у матичним местима. Колики ће културни ефекат ови кодекси понашања остварити, зависиће од садржине, културне и естетске форме, стила и начина преношења поруке.

Етички кодекси и култура у форми свакодневице

Туризам је једна од најразвијенијих грана индустрије, у којој учествује скоро цело човечанство. У 2018. години 1,4 милијарде туриста путовало је у иностранство, а теоретичари туризма сматрају да у домаћим туристичким кретањима учествује још најмање пет пута више туриста. На тај начин остварује се формална или неформална културна интеракција људи који нису у сталном и свакодневном контакту. Понекад тај контакт захтева моделе специфичних облика понашања и посебних пословних обичаја утемељених на култури и свакодневици. Како бисмо остварили испуњење културних и туристичких потреба, важно је применити основне моделе понашања који су утемељени на култури и етици лепог понашања.

Програм Уједињених Нација за животну средину (*United Nations Environment Programme*) истиче важност етичких кодекса и њихово вишеструко дејство на учеснике путовања, јер они:

¹ Исаковић, С. (2016) *Уметничке праксе у контексту културног туризма*, Врњачка Бања: Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам, стр. 19.

- представљају средство културног дијалога између државних субјеката, туристичке привреде, друштвене заједнице, културних и образовних установа и осталих заинтересованих страна у туризму;
- развијају свест у оквиру туристичке привреде и осталих субјеката, о значају и суштини заштите животне средине, као и за подстицање одрживог и културног туристичког развоја;
- јачају свест међу страним и домаћим туристима о понашању које утиче на поштовање природних и културних вредности;
- развијају осећај код већег дела становништва о значају културног понашања и заштите животне средине;
- утичу на подстицање сарадње између туристичке привреде, владиних структура и многобројних културних и друштвених група, у постизању наведених циљева².

Кодекси намењени туристима су свакодневни културни водич који наглашава врсту понашања за време путовања. Основу ових туристичких кодекса представља општа култура, као и однос према природним ресурсима, језику, домицилном становништву, културном наслеђу, прихватљивим моделима понашања и обичајима. Етички кодекси ће пуни смисао имати само ако су туристи свесни њиховог значаја. Кодекс би туристе требало да подсећа на прихватљив и културан начин понашања у некој туристичкој дестинацији, како би се истовремено могле доживети њене основне вредности са свим географским, културним и социјалним карактеристикама. У развијенијим земљама овакав модел информисања учесника у туризму изузетно је заступљен и представља начин пословања туристичке привреде као њеног културног сегмента. Како различите друштвене групе имају своје моралне кодексе, не постоје никакве препреке да се и за туристе и туристичке групе изради одговарајући морални и културни кодекс. Пракса све више намеће овакву потребу, с обзиром на масовност туризма и бројне проблеме који настају као последице његовог развоја. Оне би се могле ублажити, између осталог, развијањем културне свести туриста и прихватањем одређених моралних норми и облика понашања. Туристичка етика и одговарајући културни кодекси би требало да буду што универзалнији. Очигледно је да се свака етика путовања неминовно ослања на „животну

2 Holden, A. (2016) *Environment and Tourism*, London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group, p. 219.

филозофију“ и важећу етику одређеног народа, друштва, социјалне групе и појединца. Имајући то у виду, нека универзална туристичка етика, коју би прихватиле све земље и сви туристи, не постоји. Међутим јављају се поједини аутори, организатори путовања и међународне организације, које покушавају да поставе основне принципе туристичке етике, односно да конструишу морални кодекс туризма³.

На страни туристичке привреде кодекси би требали да инсистирају на:

- свакодневном одрживом коришћењу ресурса;
- свакодневной редукцији утицаја туризма на околину;
- свакодневном показивању осећаја у предузимању активности када се ради о аутентичним природним и културним вредностима и локалном становништву;
- поштовању клијената, односно туриста, кроз обезбеђивање квалитетних културних програма и услуга;
- свакодневной подршци и покретању локалне економије са коришћењем локалних услуга где год је то могуће;
- вођењу одговорног и културног маркетинга;
- свакодневном успостављању сарадње и преношењу културних искустава⁴.

Туризам и свакодневни утицаји на културу

Туризам као најмасовнија друштвена појава врши различите позитивне и негативне утицаје на културу, на ставове појединаца и локалног становништва према развоју туризма, као и на понашање учесника у туристичким кретањима. Све ово спада у групу друштвених и културних промена. Туризам у основи мења колективни и индивидуални систем вредности, структуру заједнице, животни стил и квалитет живота, прилагођавајући се савременим трендовима друштвеног развоја. Успешан развој узајамних позитивних културних ставова, заснован је на основном постулату да култура и културни облици као прихватљиви модели понашања, морају бити неговани и одржавани као духовна традиција. Са аспекта социо-културних утицаја туризма највећу пажњу

3 Покрајац, С. и Штетић, С. (2017) *Основи менаџмента*, Београд: Висока туристичка школа струковних студија, стр. 166.

4 Стојановић, В. (2011) *Туризам и одрживи развој*, Нови Сад: Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Депарتمان за географију, туризам и хотелијерство, стр. 113.

завређују позитивне промене које се одвијају у сфери културног и социјалног наслеђа. Заправо, може се констатовати да је покретач ових промена управо култура која креира ставове. Приступ туриста локалним културним добрима је у већини случајева одраз изграђених ставова домаћина и њихове спремности да са својом културом и баштином, упознају посетиоце. Позитивни утицаји туризма на локално културно наслеђе и елементе традиције, могу се приказати и структурално у Табели 1, као утицаји на наслеђе, језик, религију, народну уметност, народне обичаје и домаћу популацију.

утицај	резултат
наслеђе	<ul style="list-style-type: none"> • побољшање квалитета свих културних установа; • усмереност пажње на заштиту локалне заједнице и комплетног јавног сектора
језик	<ul style="list-style-type: none"> • присутно је велико интересовање у заштити традиционалног локалног језика, ако је он атрактиван страним туристима
религија	<ul style="list-style-type: none"> • пораст респектовања локалне религије од стране туриста и обрнуто
народна уметност	<ul style="list-style-type: none"> • интензиван развој нових тржишта за домаћу радиност и уметничке форме
обичаји	<ul style="list-style-type: none"> • пораст преношења обичаја на друге крајеве у свету
домаћа популација	<ul style="list-style-type: none"> • популација се повећава доласком људи да живе или раде у одређену дестинацију; • свака депопулација је искључена у туристички развијеним областима

Табела 1 Свакодневни утицаји туризма на поједине елементе локалне културе; извор: Swarbrooke, J. (1999) *Sustainable Tourism Management*, New York: CABI Publishing, p. 72.

Врло често туристи не умеју да препознају духовне вредности становништва са којима ступају у контакте на својим путовањима. Узајамни односи понекада постају и нарушени, из разлога комерцијализације културе, обичаја, наслеђа и других духовних и материјалних вредности. Несавесно и деструктивно понашање туриста, код локалног становништва креира негативне ставове према посетиоцима. Уколико су такви утицаји учестали, стварају се апатија, нетрпељивост, одбојност и антагонизам, иако је туризам у том подручју значајан извор прихода. Колико су у епохи развоја туризма одређени региони трпели последице експанзије несавесних туристичких облика понашања, најбоље се може уочити на примеру једног говора хавајског делегата на међународној конференцији посвећеној проблематици туризма, осамдесетих година прошлог века: *ми не желимо туризам! Ми не желимо вас! Не желимо да будемо деградирани као плесачи и слуге! То је културна проституција! Не желим да видим*

никога од вас на Хавајима. Нема невиног туристе⁵. Супротно утицајима туризма са Хаваја, значајан утицај туризма на културу, може се сагледати на острву Бали, светској туристичкој меки. Овде се ради о облику културног туризма, који тежи да од домаће културе креира туристичку атракцију. Локалне власти чак више и не изражавају бојазан да туризам може узроковати негативне културне последице, већ се туризму приписује допринос свеукупној културној ренесанси. Овде су се традиционални ритуалски плесови скратили и прилагодили посматрачима. Током времена, развијале су се и драмске игре, такође за потребе туризма. Ове игре су постале заштитни знак и део културног имиџа туристичког производа Балија⁶. Слични примери бележе се на многим пацифичким острвима, где се традиционална култура у потпуности прилагодила потребама туризма. Поред обичаја, начина исхране, изворног народног мелоса, начина одевања, језика и домаће радиности, која је под директним туристичким утицајем, туризму су се прилагодили уметност, стил и начин породичног живота, брачни обичаји, начин градње кућа и општи стил живота. Негативан утицај туризма на културу, у појединим земљама остварује се и кроз секс туризам развојем проституције. Пример за то су Тајланд, Камбоџа, Филипини, Индонезија, Бразил, Шпанија, Кенија и друге земље света. Код ових туристичких кретања, основни је мотив конзумирање сексуалних услуга, као чест пример комерцијализације културе. Обично ову појаву прати низ последица, попут антагонизма мушког дела локалног становништва, различитих болести и трговине људима, најчешће децом и женама, као и друга девијантна понашања. Многе дестинације и културне установе, изложене су свакодневним нападима на културна блага од стране несавесних посетилаца. Врло често бележе се крађе слика или других слабо чуваних уметничких дела и експоната, отуђења уметничких вредности и предмета из музеја и галерија, сакралних објеката, археолошких налазишта, крађе амфора са потонулих бродова итд⁷.

Врло често посетиоци у жељи да оставе траг да су негде били, врше деструкцију над културним споменицима. Тако је и чувени енглески песник Бајрон, када је обилазио Грчку, на стубу Посејдоновог храма на полуострву Атика, код места

5 Fennell, D. (2015) *Ecotourism*, London: Routledge, Taylor & Francis Group, p. 137.

6 Чомић, Ђ., Косар, Ј. и Штетих, С. (2001) *Глобална fuga, глобализација постмодерног туризма*, Београд: ДП „Буро Салај“, стр. 96.

7 Скаун, М. и Чомић, Ђ. (2013) *Социологија са социологијом туризма*, Београд: Висока туристичка школа струковних студија, стр. 300.

Сунион, урезао своје име. На тај начин оштетио је део храма из V века п. н. е. али је данас то изузетно интересно за туристе, који се диве како лепотама заласка сунца изнад храма, тако и потпису овог песника⁸. У Стратфорду на Ејвону, родном месту Виљема Шекспира, кућа у којој је живео представља праву туристичку атракцију. Након његове смрти, многи имућни и познати људи тога времена, обилазили су собу у којој је рођен овај славни писац и својим дијамантским прстењем урезивали своја имена на стаклу прозора у ходнику. Данас туристи приликом обиласка Шекспирове куће, могу да виде и прозор са потписима свих славних личности које су долазиле овде од XVII до XIX века⁹.

Етички кодекси у свакодневној пракси

Етички кодекси у свакодневној светској туристичкој пракси своје културне поруке преносе на три главна стуба туристичке привреде: посетиоце, туристичку привреду и локалну заједницу. Најзаступљенији модели културних порука кроз различите облике етичких кодекса су следећи¹⁰:

- минимизирајте штете по животну средину и друштвено-културне форме посећеног подручја;
- максимизирајте економску корист за заједницу културе домаћина;
- подстичите већу равноправност у односима између посетиоца и домаћина;
- промовишите одговорније, културније и одрживије облике туризма;
- иницирајте обуке и образовање за особље објеката које посећујете или у којима организујете пословне и културне активности;
- рекламирајте производе истинито;
- развијајте свест о еколошким и социо-културним утицајима туризма;
- промовишите рециклажу;
- информишите се и посаветујте се о посетиоцима или домаћем становништву;

8 Панов, Н. и Штетић, С. (2008) *Туристичка географија*, Скопје: Селектор, стр. 89.

9 Милићевић, С. и Штетић, С. (2017) *Менаџмент у туризму*, Врњачка Бања: Факултет за хотелијерство и туризам, стр. 264.

10 Fennell, D. and Malloy, D. C. (2007) *Codes of Ethics in Tourism, Practice, Theory, Synthesis*, Toronto: Channel View Publications, p. 45.

- минимизирајте штете по еколошку и социо-културну средину дестинације;
- максимизирајте културне и економске бенефите за локалну заједницу;
- подстичите равноправност између домаћина и посетилаца;
- подржите демократију и партиципативне облике туристичког развоја.

Туристичка привреда промовише наведене кодексе понашања као скуп очекивања, понашања и правила, написаних од стране великих и значајних тржишних субјеката, с посебним акцентом на културу и животну средину, кроз форму одрживог развоја. На туристичком тржишту, најзначајнији кодекси понашања поред „Глобалних кодекса у туризму”, донетих од стране UNWTO јесу: „Етички кодекси и водич одрживог туризма” (*Tourism Industry Association of Canada*), „Кодекс одрживе праксе” (*Tourism Council Australia*), „Еколошки кодекс понашања у туризму” (*United Nations Environment Programme*), „Принципи одрживог туризма” (*Worldwide Fund for Nature and Tourism Concern*), „Кодекс одрживог туризма” (*Pacific Asia Travel Association*), „Кодекс одрживости у туризму” (*APEC/PATA*), „Декларација пријатеља земље” (*Japanese Travel Association*) и Агенда 21 за туристичку привреду, промовисана од стране Светске туристичке организације (*World Tourism Organization*) и Светског савета за путовање и туризам (*World Travel and Tourism Council*). Кључна етичка поља наведених докумената тичу се здравља и заштите, људских ресурса, животне средине, глобалног отопљавања, социо-културних утицаја туризма, конфликта, пословне праксе и интереса у области заштите животне средине¹¹.

Значајно је анализирати и пример етичког кодекса „Zakynthos – The Flower of the Levant”, који се тиче модела заштите екосистема на грчком острву Закинтос, у којем се различитим мерама штити ретка врста морске корњаче *Caretta caretta*. Овај познати кодекс понашања, написан од стране Медитеранског друштва за заштиту ових ретких корњача, интензивно се дистрибуише туристима при доласку на ово Јонско острво. Неколико активности, као што су риболов и градња, ограничени су у потпуности због заштите екосистема. Барови, ресторани и друге активности нису

¹¹ Presbury, R, and Edwards, D. Sustainable Operations Management, in: *Understanding the Sustainable Development of Tourism*, eds. Liburd, J. J. and Edwards, D. (2010), Oxford: Goodfellow Publishers, pp. 46-66.

дозвољене на плажама са гнездима. Не постоје педалине или кануи за изнајмљивање а број посетилаца се контролише временским ограничењима. Број лежальки на плажи Геракас смањен је са око 180 на 100. Више од 60% посетилаца постало је свесно основних корака, како би се избегли утицаји на гнездилшта морских корњача, тј. уклањају се сва смећа укључујући и опушке цигарета који се налазе на удаљености од 5 m од воде¹². Са неколико публикација TOUBIS-а, у форми етичких кодекса, туристи се информишу око најактуелнијих ограничења понашања, као што су: строго забрањен боравак на плажи након заласка Сунца јер у време ноћних сати корњаче излазе из мора, како би положили јаја, коришћење сунцобрана који се морају забести у песак јер могу да униште гнезда, коришћење светала у близини мора, узимање младунаца или помагање на њиховом путу до мора¹³.

Туроператорима као и већим агенцијама мешовитог типа у свету, врло је познат етички кодекс написан од стране Америчког удружења туристичких агената – *American Society of Travel Agents*. Етички кодекс предвиђен туристима на одмору или службеном путовању је кодекс „10 ASTA заповести“¹⁴:

- поштујте крхкост земље. Схватите да ако сви не помогну у њеном очувању, јединствене и лепе дестинације неће бити ту за будуће генерације;
- остављајте само отиске прстију. Само фотографишите. Не остављајте графите. Не узимајте природне сувенире са историјских и културних налазишта и природних подручја;
- распитајте се о географији, фолклору и култури области коју посећујете;
- поштујте приватност и достојанство других. Распитајте се пре него фотографишете људе. Нису све културе на то спремне;

12 Sigala, M. Zakynthos: Supply Chain Management and Customers' Involvement in Tourism Sustainability, in: *International Cases in Sustainable Travel & Tourism*, eds. Benckendorff, P. and Lund-Durlacher, D. (2013), Oxford: Goodfellow Publishers, pp. 117-134.

13 Ryan, C. (2003) *Recreational Tourism, Demand and Impacts*, Clevedon: Channel View Publications, p. 199.

14 Стојановић, В. (2011) *Туризам и одрживи развој*, Нови Сад: Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департаман за географију, туризам и хотелијерство, стр. 111.

- не купујте производе направљене од угрожених животиња и биљака као што су слоновача, рогови носорога, оклопи корњача, животињска кожа, перје, препарати од ајкула, тигрова и осталих животиња;
- увек пратите уцртане стазе. Не узнемиравајте животиње, биљке и њихова природна станишта;
- пружите подршку програмима за заштиту и организацијама које раде на заштити животне средине;
- шетајте или користите еколошка средства транспорта када је год то могуће. Подстичите возаче да угасе мотор када паркирају возила;
- похвалите оне (хотеле, авио превознике, компаније за крстарења, туроператоре и добављаче) који штеде енергију, чувају околину, квалитет воде и ваздуха, реализују рециклажу, сигурно смештају отпад и отровне материје, спречавају буку и примењују све остале мере заштите;
- питајте ASTA путничког агента да вам наведе оне организације које поштују ASTA-ине водиле за заштиту околине – ваздуха, копна и мора.

Примери етичких кодекса намењених туристима, од посебног значаја су у заштићеним природним добрима и осетљивим екосистемима. Туристима се дистрибуишу најчешће у визиторским центрима или приликом куповине аранжмана у матичним земљама. У визиторским центрима, као централним објектима у заштићеним природним добрима, попут националних паркова, паркова природе, специјалних резервата природе, археолошких налазишта или других културних и природних објеката, пружају се све потребне информације у вези са локалитетом који се обилази. Етички кодекси су врло често саставни део брошура или других туристичких публикација. У Азији већина еколошких правила и културе туристичког понашања, прилагођена су јединственом кодексу који је израдила Туристичка асоцијација пацифичке Азије – *Pacific Asia Travel Association* (ПАТА), који је познат под називом „ПАТА кодекси”. Ова регионална организација развила је листу етичких кодекса, састављену од 18 тачака. Као најважнији елементи овог документа истичу се¹⁵:

15 Weaver, D. and Lawton, L. (2014) *Tourism Management, 5th edition*, Milton: Wiley, p. 332.

- усвојите потребну праксу да чувате животну средину, укључујући употребу ресурса који се могу обновити и очувајте оне који су необновљиви;
- допринесите очувању станишта флоре и фауне или било ког другог места, било да је природно или културно а које може бити корисно за туризам;
- охрабрите релевантне ауторитете да одреде просторе које треба заштитити и подржите ниво њиховог развоја;
- охрабрите локалне ставове, културне вредности и интересе, укључујући локалне навике и веровања, и укључите их у планирање културног и туристичког развоја;
- обезбедите да процена стања животне средине постаје саставни део разматрања у пројектима туристичког развоја;
- обезбедите да процедура оцењивања има кумулативни и индивидуални ефекат на све аспекте развоја животне средине;
- удовољите свим међународним конвенцијама о заштити животне средине;
- удовољите свим државним и локалним законима који су у вези са животном средином;
- подстичите укључивање у туризам оних који се придржавају локалних, регионалних и националних планова и учествујте у процесу планирања;
- пружите шансу широј заједници да узме удео у дискусијама и консултацијама око планирања туризма, посебно ако могу да утичу на његов развој;
- покажите одговорност за утицаје туризма на животну средину и покажите одговорност за њено нарушавање;
- охрабрите редовну службену контролу заштите животне средине;
- подстакните еколошки одговорну праксу, укључујући одлагање смећа, рециклажу и коришћење енергије;
- подстакните свест особља о заштити животне средине у свим сегментима који су у вези са туризмом;

- подржите укључивање професионалних принципа заштите животне средине у туристичко образовање, праксу и планирање;
- објасните свима који су укључени у туризам о обичајима, културним вредностима, веровањима и традицији локалних заједница а који су у вези са животном средином;
- подржите захвалност и разумевање туриста тачним информацијама о заштити животне средине;
- установите детаљну политику заштите животне средине и одредите водиче за различите секторе туристичке привреде.

Многи индивидуални кодекси усклађују се са овим јединственим документом. Своје утицаје на туристе најефективније остварују у најосетљивијим туристичким дестинацијама и оштећеним екосистемима. Такав један кодекс намењен је туристима који путују на Хималаје, једну од најатрактивнијих туристичких дестинација света, а у погледу деградације животне средине ова планинска дестинација заузима кључну позицију. У кодексу стоји: „следећи ове инструкције можете помоћи очувању јединствене екологије и древне културе Хималаја”. Даље се наводи¹⁶:

- смањите девастацију шума – не правите отворене пламенове и обесхрабрите друге у томе. Загревајте воду оскудним дрветом што је могуће мање. Када је могуће користите пећи на керозин или пећи са ниском потрошњом горива;
- уклањајте смеће, закопајте хартију и посебно одлажите сав неразградив отпад. Графити су идеални примери загађења животне средине;
- где извире вода чувајте њену чистоћу. Избегавајте коришћење загађивача у токовима река, као што су детрџенти и хемијске течности. Импровизујте санитарне чворове на најмањој удаљености 30 m од воде;
- оставите биљке да се развијају у њиховом природном окружењу – узимање резница, семена и корења је илегална радња у већини делова Хималаја.
- када снимате, поштујте приватност других – затражите дозволу и будите одмерени;

16 Weaver, D. (2006) *Sustainable Tourism: Theory and Practice*, Oxford: Elsevier, p. 182.

- поштујте светилишта која сте дошли да видите. Не вређајте и не потцењујте религију објеката. Изујте се ако је потребно при уласку. Давање охрабрује оне који морају да просе због деце. Донација пројекту, здравственом центру или школи је користан начин помоћи;
- бићете добродошли и прихваћени ако поштујете локалне обичаје. Користите увек десну руку за јело и руковање. Не делите прибор за јело, шоље итд. Пристојно је руковати се, када се захваљујете или примате похвале.
- запамтите да када одлазите у куповину, посећујете увек снижења, кад год је могуће. Тиме нећете иритирати многе са ниским приходима. Посећивањем традиционалних локалних вредности, поспешујете локални понос и планинску културу. Молим вас, помозите локалним припадницима у стицању реалног сагледавања живота западних земаља.
- Хималаји могу да вас промене, молим вас немојте ви мењати њих. Као гост поштујте локалну традицију, заштитите локалну културу, подржите локални понос. Будите стрпљиви, пријатељски настројени и осећајни. Не заборавите – ви сте гост!

Закључак

У условима убрзане глобализације свакодневних културних вредности, нарочито пораста међународне трговине и туризма, све више долазе до изражаја разлике у културама народа, као потенцијални извор и узрок неетичког понашања учесника у овим светским дешавањима. Посебно велики проблеми понекад настају због различитих религија, разлика у обичајима, начину одевања, врсти музике, култури исхране, образовању, путовањима, смислу за естетику и одређене форме итд. Питање културних разлика свакодневно ствара једно од најкомплекснијих етичких проблема, јер оно што је етички прихватљиво у једној земљи, у другој се може сматрати неетичким или неконвенционалним моделом културног понашања. Све масовније задовољење потреба, креирало је драстичне последице на друштво у целини. Такав један модел, којим се утицало на дефинисање општих културних ставова и разлика, управо је развој савременог туризма. Тежња да се задовоље економски интереси изнад културних, ствара негативне трендове. Овакви лоши утицаји могу се минимизирати јачањем културног интереса у моделима понашања како туриста, тако и домицилног становништва. Један од начина истицања значаја прихватљивог

и конвенционалног облика овакве комуникације и интеракције, јесу етички кодекси, који имају задатак да у одређеној културној форми, подсети на поштовање правих вредности при туристичким кретањима. Постизање таквих резултата понекад је врло тешко и скупо за све учеснике на савременим културним туристичким тржиштима и представља цивилизацијску свакодневицу.

ЛИТЕРАТУРА:

Fennell, D. (2015) *Ecotourism*, London: Routledge, Taylor & Francis Group.

Fennell, D. and Malloy, D. C. (2007) *Codes of Ethics in Tourism, Practice, Theory, Synthesis*, Toronto: Channel View Publications.

Holden, A. (2016) *Environment and Tourism*, London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group.

Presbury, R. and Edwards, D. Sustainable Operations Management, in: *Understanding the Sustainable Development of Tourism*, eds. Liburd, J. J. and Edwards, D. (2010), Oxford: Goodfellow Publishers, pp. 46-66.

Ryan, C. (2003) *Recreational Tourism, Demand and Impacts*, Clevedon: Channel View Publications.

Sigala, M. Zakyntos: Supply Chain Management and Customers' Involvement in Tourism Sustainability, in: *International Cases in Sustainable Travel & Tourism*, eds. Benckendorff, P. and Lund-Durlacher, D. (2013), Oxford: Goodfellow Publishers, pp. 117-134.

Swarbrooke, J. (1999) *Sustainable Tourism Management*, New York: CABI Publishing.

Weaver, D. (2006) *Sustainable Tourism: Theory and Practice*, Oxford: Elsevier.

Weaver, D. and Lawton, L. (2014) *Tourism Management, 5th edition*, Milton: Wiley.

Исаковић, С. (2016) *Уметничке праксе у контексту културног туризма*, Врњачка Бања: Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам.

Милићевић, С. и Штетић, С. (2017) *Менаџмент у туризму*, Врњачка Бања: Факултет за хотелијерство и туризам.

Панов, Н. и Штетић, С. (2008) *Туристичка географија*, Скопје: Селектор.

Покрајац, С. и Штетић, С. (2017) *Основи менаџмента*, Београд: Висока туристичка школа струковних студија.

Скакун, М. и Чомић, Ђ. (2013) *Социологија са социологијом туризма*, Београд: Висока туристичка школа струковних студија.

Стојановић, В. (2006) *Одрживи развој туризма и животне средине*, Нови Сад: Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство.

Чомић, Ђ., Косар, Љ. и Штетић, С. (2001) *Глобална fuga, глобализација постмодерног туризма*, Београд: ДП „Буро Салај”.

Igor Trišić and Snežana Štetić

University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism,
Vrnjačka Banja;
Belgrade College of Tourism, Belgrade

THE EFFECT OF ETHICAL CODES ON THE EVERYDAY DEVELOPMENT OF BEHAVIOUR CULTURE IN TOURISM

Abstract

Daily maintenance of cultural awareness is one of the tasks in planning tourism development worldwide. In order to integrate tourism into the context of general cultural and social development, it is necessary to continuously inform and educate all tourism stakeholders about the correct and ethically acceptable ways of using tourism resources. Since cultural resources often become degraded, sometimes with inability to revitalize, special attention must be paid to tourism planning and touristic value commercialization. Through the process of cultural emancipation, it is necessary to minimize the conflicts that may arise between the guest, the host and the space as the environment in this interaction. One of the models can be found in the positive impact which ethical codes can exert on the development of the culture of behaviour in tourism, as a social phenomenon.

Key words: *daily culture, tourism, ethic codes, cultural heritage*