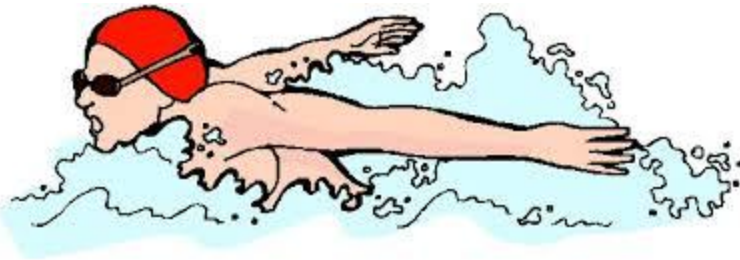


PROSTORNI ASPEKTI GLOBALIZACIJE TURIZMA

- Pojam i tipologija prostora
- **Prostor** – **multidimenzionalan** i višeznačan pojam (matematički, kibernetički, arhitektonski, ekonomski, politički, umetnički)
- **Objektivni prostor** - fizička kategorija, realan, opipljiv;
- **Subjektivni prostor** – psihološka dimenzija prostora, kolektivna i individualna percepcija prostora;
- **Turističke atrakcije** (plaža, planina, reka, pustinja, šuma, gradski trg,) obeležavaju prostor; ljudi ih različito doživljavaju, što je uslovljeno socio-etničkim, kulturnim, biološkim i psihološkim faktorima.

PROSTORNI ASPEKTI GLOBALIZACIJE TURIZMA



PROSTORNI ASPEKTI GLOBALIZACIJE TURIZMA

- **Antripološki prostor** – funkcionalno i simbolički izdiferencirani prostori gde je odnos čoveka prema njima definisan *kulturnim normama*.
- **Crkva, muzej, plaža, hotel** – ponašanje kao ilustracija odnosa i komunikacije sa prostorom; „dress code“



PROSTORNI ASPEKTI GLOBALIZACIJE TURIZMA

- **Geografski prostor** i turistički prostor
- Geografski aspekt – **uzroci** nastanka i odlika prostora;
- Turistički aspekt – **efekti** prostora (benefiti za turiste i turističku privredu);
- **Turistički prostor** – atraktivan geografski prostor koji privlači turiste svojim inherentnim (osnovnim, bitnim) svojstvima i odgovarajućim uređenjem.
- **Imaginarni turistički prostor** (prostor duhovnog turizma, prostor virtuelnog turizma i opaženi turistički prostor);
- **Turistički prostor ograničenog pristupa** (prirodna, ekonomska, socio-kulturna, politička ograničenja);
- **Realni turistički prostor** (u njemu se odvija turizam)

PROSTORNI ASPEKTI GLOBALIZACIJE TURIZMA

- **Las Vegas** – tematski hoteli kao atrakcije po sebi, inspirisani svetskim metropolama- Venecija, Pariz, Njujork...
- **Prostorna delokalizacija turizma** – proces „dupliranja“ ili umnožavanja atrakcija, izmeštanja iz prvobitnog prostora, u funkciji povećane dostupnosti širem krugu korisnika
- **Diznilend** – matični u Anhajmu (Los Anđeles – Kalifornija) i na **još 4 mesta** (Florida, Pariz, Hong Kong, Tokio)

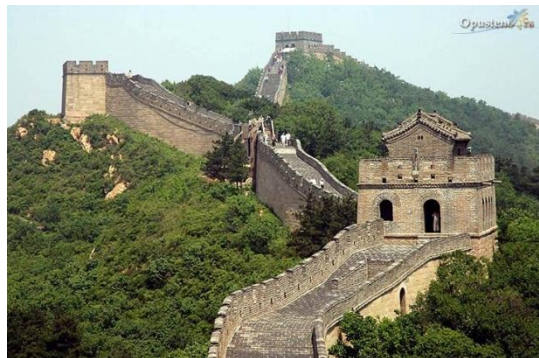


- **Zgušnjavanje atrakcija - implozija turizma** – težnja da se u funkciji pristupačnosti što više atrakcija grupiše na što manje prostora



PROSTORNI ASPEKTI GLOBALIZACIJE TURIZMA

- **Turistička predstava prostora** – delovanje brojnih etno socioloških, kulturnih, psiholoških, bioloških faktora, ekonomskih faktora;
- **Kolektivne predstave** - pod uticajem kreatora imidža turističke destinacije (Kopakabana najpopularnija plaža na svetu, Kineski zid najveća građevina i najduži zid na svetu, Maču Pikču – sveti grad Inka u Peruu)



PROSTORNI ASPEKTI GLOBALIZACIJE TURIZMA

- **Individualne predstave** – rezultat subjektivne percepcije turista – pod uticajem umetničke slike sveta (književna dela, putopisi, likovna dela, filmovi, društveni mediji)
- „Romeo i Julija“ – Verona; „Don Kihot“ – Španija; Frida Kalo – Meksiko, Tuluz Lotrek – Mullen Ruž (Pariz)



Julijin balkon u Veroni



Vetrenjače u Manči



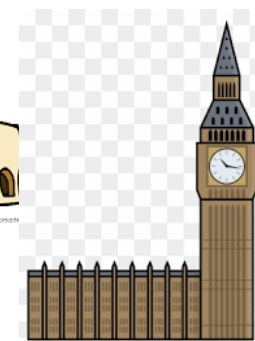
Muzej F. Kalo u Meksiko Sitiju



„Igra u Mullen Ružu“, Anri de Tuluz Lotrek

PROSTORNI ASPEKTI GLOBALIZACIJE TURIZMA

- **Simboličko** značenje turističkog prostora
- Magnetizam suprotnosti između „**OVDE**“ i „**TAMO**“
- „**OVDE**“ – svet konkretan i shvatljiv, izvestan, siguran, „ušuškan“, ali i dosadan, otuđen;
- „**TAMO**“ – sve suprotno „OVDE“;
- „**OVDE**“ je jedno; istovremeno, ima mnogo „**TAMO**“; to su prostori koji simbolizuju avanturu, uživanje, promenu,, motiv da se istražuju i doživljavaju.



PROSTORNI ASPEKTI GLOBALIZACIJE TURIZMA

- Globalni pravci turističkih tokova:
- **Zapad – Istok** (različiti putevi ljudske avanture; jaz između istočne i zapadne civilizacije); **Materijalno bogati Zapad** i **Duhovno bogati Istok**; pohod ka Istoku – pohod ka duhovnosti i traganje za smislom;
- **Sever – Jug** (Sever je simbol hladnoće, tame, zime, starosti... Jug je simbol toplote, svetlosti, sunca, strasti, mladosti...)
- Promene pod uticajem globalizacije, digitalizacije, visokih tehnologija: Kinezi su sve masovniji turisti (**Istok – Zapad**);
- Ekstremni turizam i avanturizam osvaja hladne severne predele (**Zapad-Sever**).

PROSTORNI ASPEKTI GLOBALIZACIJE TURIZMA

- Kulturna uslovljenost **rangiranja turističkih atrakcija** – principi **socijalne konstrukcije turističkih mesta**, bazirani na razlikama
- 1. **Obična** i **turistička** mesta
- 2. **Univerzalna** i **izuzetna** turistička mesta
- 3. Televizuelna kultura **smanjuje razlike** između ovih tipova mesta
- 4. **Snaga autentičnosti mesta slabi** zbog prethodne percepcije i stalne potrebe za kretanjem, za novim, jačim, delotvornijim „tamo“ – turizam kao zavisnost od kretanja
- 5. Panoramska razgledanja – **kolažni turizam**
- 6. **Zamenljivost turističkih atrakcija** – potreba za promenama – analogija sa televizuelnim atrakcijama i potrebom za promenom kanala i moćnom funkcijom daljinskog upravljača