

# ULOGA TURISTIČKIH VODIČA U RAZVOJU I PROMOCIJI EKOTURIZMA

Goran Jević<sup>17</sup>

Pregledni rad

doi: 10.5937/OdrRaz2202029J

УДК: 338.48-057.166

338.48-6:502/504

## **Rezime**

*Kao jedna od najznačajnijih profesija u turizmu, turističko vođenje je odavno našlo primenu u turističkoj praksi, dok je, sa druge strane, dugo bilo zapostavljeno u akademskim radovima. Sve veća zainteresovanost ljudi za odmor u prirodi, povećana zabrinutost za probleme zaštite životne sredine i pojava obrazovanih turista u tom pogledu, dovela je do popularizacije posebnog oblika turizma, poznatog pod nazivom ekoturizam. U tom smislu, cilj rada je da istraži i opiše ulogu koju turistički vodiči imaju u razvoju i promociji ekoturizma. Metodologija u radu podrazumeva: definisanje i konceptualizaciju pojmova turističkog vođenja i ekoturizma, opis njihove uloge u savremenom turističkom poslovanju i naposljetku identifikaciju uloge koju interpretacija i narativ imaju u kreiranju doživljaja i iskustva turista i posledično formiranje reputacije destinacija ekoturizma, kao i razvoj i promociju samog ekoturizma. Jedan od zaključaka u radu je da je turistički vodiči imaju veoma značajnu ulogu u promociji ekoturizma, zbog čega je neophodna stalna edukacija kadrova iz ove oblasti.*

**Ključne reči:** ekoturizam, promocija, turistički vodič, interpretacija

## **Uvod**

Brojne promene na globalnom nivou, poput, "savremenog načina života", razvoja saobraćajnih sredstava, informacionih tehnologija i digitalnih medija, kao i činjenica da su današnji turisti sve više obrazovani i zahtevniji u pogledu kvaliteta usluga u velikoj meri su

---

<sup>17</sup> Akademija strukovnih studija Beograd, odsek Visoka turistička škola, Bul. Zorana Djindjića 152a, Beograd, Srbija, e-mail: [jevicg@visokaturisticka.edu.rs](mailto:jevicg@visokaturisticka.edu.rs)

uticale i na promene u turizmu. Jedna od najznačajnijih promena je i sve veće interesovanje turista za tzv. selektivne oblike turizma. U tom smislu, Jovanović (2013) smatra da je do osamdesetih godina uobičajni oblik turizma “sunca i mora” bio najvažnije opredeljenje kod putovanja, a da su poznata mesta na primorju okupljala kako pojedince tako i masovne grupe turista radi organizovanog odmora. Nasuprot tome, kako navodi autorka, u poslednje vreme veliki broj turista pokušava da zadovolji različite težnje preko novih posebnih oblika turizma.

Jedan od najznačajnijih selektivnih oblika turizma je ekoturizam, nastao, između ostalog usled sve većeg interesovanja ljudi za prirodu i aktivnosti vezane za nju. Kao takav, ekoturizam pokazuje značajan rast na globalnom nivou, kako u pogledu broja turista koji se uključuju u njega, tako i prema doprinosu ekonomiji, pre svega nerazvijenih oblasti. Prema Svetskoj turističkoj organizaciji (UNWTO), definicija ekoturizma odnosi se na oblike turizma koji imaju sledeće karakteristike:

- Svi oblici turizma zasnovani su na prirodi, u kojima je glavni motiv turista posmatranje i uvažavanje prirode kao i tradicionalnih kultura koje preovlađuju u prirodnim područjima;
- Sadrže obrazovne i interpretativne aktivnosti;
- Uglavnom, ali ne isključivo, organizuju ga turoperatori specijalizovani za manje grupe. Partneri pružaoce usluga na destinacijama obično su mala preduzeća u lokalnom vlasništvu;
- Minimizira se negativni uticaj na prirodu i socio-kulturno okruženje;
- Podržava održavanje prirodnih područja koja se koriste kao ekoturističke atrakcije kroz: stvaranje ekonomskih koristi za zajednice domaćina, organizacije i organe vlasti koji upravljaju prirodnim područjima u svrhu očuvanja; pružanje alternativnih mogućnosti zapošljavanja i izvora prihoda za lokalne zajednice; podizanje svesti o očuvanju prirodnih kulturnih dobara, kako kod meštana tako i kod turista.

Jedan od najvažnijih društvenih doprinosa ekoturizma je i njegova edukativna uloga. U kontekstu navedenog, veoma značajnu ulogu imaju turistički vodiči, koji putem interpretacije vrše edukaciju turista u pogledu zaštite životne sredine i podsticanja ljudi ka odgovornom

ponašanju. Turisti su nezavisno od vrste ekodoživljaja upućeni na turističkog vodiča, smatraju Haig i McIntyre (prema: Rabotić, 2011:92) definišući, pri tom, ekoturističkog vodiča kao osobu koja je "zaposlena na komercijalnoj ili volonterskoj osnovi, ko vodi turiste, bilo da to oni plaćaju ili ne, po području ili na mestu od prirodnog i/ili kulturnog značaja, koristeći principe ekoturizma i interpretacije."

Pored edukativne, turistički vodič utiče i na kreiranje reputacije ekoturističke destinacije, bazirane na doživljaju i ličnom iskustvu turista, u čemu interpretacija ima važnu ulogu. Takođe, ništa manji značaj nema ni uloga turističkog vodiča u razvoju (održivi, ekonomski i sl.) ekoturističke destinacije, kao i njenoj promociji, ali i promociji ekoturizma kao posebne oblasti turizma.

Rad je strukturiran u tri celine, koje su ujedno bile predmet istraživanja. Nakon uvodnih razmatranja, prvi deo je posvećen definisanju i konceptualizaciji pojma ekoturizma, kao i njegovom značaju za savremeni turizam. U drugom delu razmatran je pojam turističkog vođenja i turističkih vodiča, dok je treći deo posvećen ulozi koju turistički vodiči imaju u razvoju i promociji ekoturizma, sa posebnim naglaskom na značaj interpretacije u tom procesu.

### **Konceptualizacija pojma ekoturizma**

Kiper (2013:773) definiše ekoturizam kao alternativni turizam koji podrazumeva obilazak prirodnih područja a koji za svrhu ima učenje, proučavanje ili obavljanje ekološki prihvatljivih aktivnosti, odnosno turizam zasnovan na iskustvu i doživljaju prirode koji omogućava privredni i društveni razvoj lokalnih zajednica. Fokusira se prvenstveno na izučavanje i upoznavanje prirode, njenog pejzaža, flore, faune i njihovih staništa, kao i kulturnih artefakata sa lokaliteta. Isti autor navodi da ekoturizam pomaže u razvoju zajednice obezbeđujući alternativne izvore sredstava za život lokalne zajednice koji joj pomažu da bude održivija. Njegov cilj je očuvanje resursa posebno biološke raznovrsnosti i održavanje održivog korišćenja resursa koji donose ekološko iskustvo putnicima kako bi očuvali ekološku sredinu i stekli ekonomsku korist. Međutim, postizanje ciljeva u ekoturizmu zavisi od toga da li su ekološki i ekološki održivi resursi i ekonomski održivi.

Stojanović (2005:126) smatra da je ekoturizam antipod masovnom turizmu, pa se još može nazvati alternativnim turizmom, jer se bazira

na nemasovnosti, odgovornosti turista, autentičnim doživljajima i maksimalno smanjenom dejstvu na okolno okruženje. Isti autor dalje zapaža da je ekoturizam značajan i za unapređenje položaja i ugleda turističke delatnosti, jer čini kvalitetnijim status zaštićenih prirodnih dobara, ali i lokalnog stanovništva. Štetić (2007) navodi da ekoturizam aktivno utiče na lokalno stanovništvo kao i da pospešuje zaštitu prirode. Prema Wood (2002:13) principi ekoturizma su sledeći:

- Minimiziranje negativnih uticaja na prirodu i kulturu koji mogu naneti štetu destinaciji.
- Obrazovanje turista o važnosti zaštite.
- Naglašavanje značenja odgovornog poslovanja koje deluje u saradnji sa lokalnim organima i sa stanovništvom u cilju zadovoljavanja lokalnih potreba i stvaranja koristi od zaštite.
- Direktni prihodi od zaštite i upravljanja prirodnim i zaštićenim oblastima.
- Naglašavanje potrebe za stvaranjem regionalnih turističkih planova zona i za planovima upravljanja posetiocima namenjenih regionima i oblastima prirode za koje je odlučeno da postanu eko destinacije.
- Naglašavanje upotrebe osnovnih environmentalnih i društvenih studija kao i dugoročnih programa nadgledanja, da bi se procenili i minimizirali uticaji
- Težnja za maksimiziranjem ekonomskih koristi za zemlju domaćina, lokalno preduzetništvo i zajednice, naročito za stanovništvo koje živi u i oko prirodnih i zaštićenih oblasti.
- Težnja da se obezbedi da razvoj turizma ne prevazilazi društvene i environmentalne granice prihvatljivih promena određenih od strane istraživača u saradnji sa lokalnim stanovništvom.
- Oslanjanje na infrastrukturu koja je razvijena u skladu sa životnom sredinom, minimiziranje upotrebe fosilnih goriva, očuvanje lokalnog biljnog i divljeg životinjskog sveta i uklapanje u prirodno i kulturno okruženje.

Prema definiciji ekoturizma, kao i prema osnovnim principima može se zaključiti da destinacija ekoturizma uključuje sledeće sadržaje:

- Zaštićena prirodna dobra (uglavnom nacionalne parkove) ili

predele sa očuvanim prirodnim karakteristikama i bogatim biodiverzitetom, u kojima je intezitet izgrađenog i urbanizovanog na izuzetno niskom nivou, i u kojima turizam ne ide na štetu izvornih prirodnih karakteristika;

- Oblasti i objekti za rekreaciju moraju biti usklađeni sa prirodnim kapacitetima, dok turističke staze zajednički koriste kako turisti, tako i lokalno stanovništvo, takođe, na stazama je zastupljena turistička signalizacija od ekološki prihvatljivog materijala;
- Preduzeća koja daju turističke usluge (hoteli, restorani) moraju biti u vlasništvu lokalne zajednice, a njihova arhitektura i ambijent moraju naglašavati lokalno nasleđe i kulturu;
- Lokalno stanovništvo koje je svesno svog kulturnog identiteta i spremno da učestvuje u promociji lokalnog nasleđa kroz osmišljavanje turističkih manifestacija, kao i na druge originalne načine (tu spada i promocija ruralnih vrednosti);
- Prijateljski odnos ekoturista i lokalnog stanovništva, koji ne samo da neće odvajati staze njihovog kretanja, nego će podsticati njihovo druženje, u prirodi, restoranima, prodavnicama suvenira (Stojanović, 2006:167).

Hrabovski-Tomić (2008:77) smatra da je nastanak ekoturizma rezultat izvesnog broja trendova, uključujući i postepeno starenje turističke populacije, zastarivanje klasičnog odmora tipa "sunce zabava", sve veća ekološka svest javnosti, povećana briga o fizičkoj kondiciji i zdravlju koju izražavaju potrošači na glavnim turističkim tržištima. Kao rezultat nekih ili svih ovih faktora, jedan broj glavnih destinacija sada gleda na ekoturizam kao na sve značajniji aspekt svog turističkog proizvoda.

Genov (2008:71) nabraja i objašnjava vidove ekoturizma koje svrstava u nekoliko grupa:

- **Treking ili pešački turizam** - ove ture ne zahtevaju specijalnu opremu i turistima pružaju uživanje u prirodi, emocionalno opuštanje a odlične su i za sticanje kondicije. Ipak, treba biti obazriv pošto turisti pešaci mogu prirodi da nanesu kako estetsku, tako i ozbiljnu ekološku štetu. Estetska šteta vezana je, pre svega, za smeće koje iza sebe ostavljaju turističke grupe, praćene uglavnom neprofesionalnim i turistički neobrazovanim vodičima.

- **Putovanje sa naučnicima - prirodnjacima** - npr. upoznavanje sa tropskim rastinjem, šumama, stepama ili tundrama, posmatranje životinjskog sveta, posmatranje ptica, posmatranje insekata, posmatranje riba. Iz kategorije ovih putovanja svakako je najpoznatija tura pod nazivom safari ili fotosafari.
- **Putovanje na biciklu** - podrazumeva obilazak mnogih regija potpuno ekološkim prevoznim sredstvom. Postoje tri vrste bicikala: kros bicikl, maunti bajk, i bicikl za ravne puteve.
- **Konjički turizam** - jahaće i tovarne životinje intezivno se koriste u ekološkom turizmu, kako za prevoz turista, tako i za prevoz tereta. Potencijalna raznovrsnost konjičkih maršuta je ogromna: one mogu da prolaze kroz brdovite, ali i kroz peščane predele s dinama, čak i kroz predele prekrivene snežnim pokrivačem, koji može biti visok od 50 do 80cm.
- **Ekoture na rekama** - rečne ture se razlikuju po prevoznim sredstvima, ali i po složenosti same maršute. Vožnja čamcem, kajaking, splavarenje i jedriličarstvo, sami po sebi ne predstavljaju opasnost za prirodnu okolinu. Negativne ekološke posledice ovih tura vezane su za nemaran odnos turista prema vodi.
- **Eko ture na moru** - na moru, posebno popularan vid turizma je dajving (plivanje sa maskom ili ronjenje s bocom kiseonika). Omiljeno mesto za ronjenje turista su delovi mora sa koralnim dnom, tj. mesta koralnog grebena. Koralni grebeni spadaju u najlepša, ali najkrhija dela prirode.
- **Speleoturizam** - zahteva posebno pažljiv odnos prema određenom ekosistemu. Najznačajniji turistički resursi speleoturizma su pećine i pećinski kompleksi.

### **Definisanje uloge turističkog vodiča u savremenom turizmu**

Analizirajući definicije turističkog vodiča Rabotić (2011:23) smatra da je turistički vodič osoba koja vodi turiste, pokazuje određenu lokaciju ili turističke znamenitosti, tumači ih, ali i pomaže turistima kroz savetovanje.

Andelković (2017:62) primećuje da je posao turističkog vodiča veoma kompleksan i da se za isti treba valjano pripremiti i imati dobro obrazovanje i želju da se trajno radi na širenju vidika. Štetić (2003)

navodi da je u radu turističkog vodiča procena situacije izuzetno važan element pošto se turistički vodič često sreće sa mnoštvom nepredviđenih događaja o kojima treba doneti ispravnu odluku. Prva procena odnosi se na vizualnu procenu grupe u celini i to prema polnoj i starosnoj strukturi, vrsti, ili individualno za svakog putnika prema zanimanju, profesiji, godinama. Tom prilikom se obavlja selektiranje povoljnih i nepovoljnih atributa bilo kod pojedinca ili kod grupe. Za kvalitetnu turu od posebne je važnosti da turistički vodiči prođu obaveznu obuku koja se razlikuje od zemlje do zemlje. U Srbiji, ministarstvo turizma organizuje polaganje stručnog ispita i izdavanje licence za turističkog vodiča. Sam ispit se sastoji iz praktičnog i teorijskog dela.

Rabotić (2011) primećuje da je obuka turističkih vodiča u zemljama koje su članice EU organizovana putem evropskog standarda sa oznakom EN 15565 iz 2008. godine. Ovaj dokument je originalno publikovan na tri jezika-engleskom, nemačkom i francuskom. Standard EN 15565 utvrđuje minimalne zahteve za obuku i programe za sticanje kvalifikacije stručnih turističkih vodiča. Trening (obuka) mora da traje najmanje 600 sati i sadrži predavanja, učenje na daljinu, terensku nastavu, istraživanje i realizaciju zadatah slučajeva.

Za vođene dobre ekoture potrebno je da vodič kroz dobru interpretaciju predstavi određenu destinaciju grupi na zanimljiv način, često u vidu zanimljive priče.

Edukacija o ekološkoj životnoj sredini i interpretacija su dve različite aktivnosti. Obe odlikuju sličnosti kao što su slični prirodni resursi, ekološke teme i obe imaju za cilj povećanje svesti i razumevanje životne sredine. Razlika je u tome što je interpretacija više povezana sa “nezarobljenom” publikom, koja je otvorenija za sticanje novih znanja i iskustava, različitog uzrasta, porekla, očekivanja, i uključuje kratkoročne, najčešće pojedinačne programe. Kao glavni cilj interpretacije ističe se inspiracija i povećanje rekreativnog iskustva. Postoji mnogo razloga zbog kojih su nacionalni parkovi i brojni programi iz oblasti ekoturizma u velikoj meri popularni i zašto ljudi biraju specifična mesta za posetu. Možda su glavni motivi za posetu teme, priče i rekreativne mogućnosti koje nude. Svi ljudi koji pretražuju sajtove u potrazi su za nečim što je njima važno, što je predmet njihovog interesovanja. Oni nastoje da povežu svoja lična interesovanja sa iskustvima i avanturama koje se nude na mestima koja

posećuju. *Interpretacija* je upravo ta koja može da kreira simbiotski odnos između posetilaca i mesta koja posećuju, i deluje kao katalizator za pokretanje i poboljšanje ovog odnosa. Veze kreirane kroz interpretativno iskustvo može navesti ljude na preduzimanje akcije (Klitsounova, 2020:61).

Genov (2008:57) primećuje da postoji stotine specijalizovanih organizovanih putovanja i malih smeštajnih objekata u oblastima prirode koji omogućavaju malim grupama da vide jedinstveno prirodno okruženje i kulture uz pratnju lokalnih vodiča. Ovi vodiči su obučeni da predstavljaju kulturni i environmentalni ambijent koji su posetioci došli da otkriju. Turistički vodiči se takođe usredsređuju na pomoć putnicima da razviju bolje osećanje za to kako putovati i kako pravilno doprineti zaštiti životne sredine, kulturnom opstanku i drugim važnim pitanjima održivog razvoja.

Wood (2002) navodi karakteristike dobre ekoture a to su:

- Nudi podatke o kulturnoj zajednici i životnoj sredini koji će biti posećeni.
- Nudi u pismenoj formi pre polaska na put i tokom puta usmene smernice za adekvatno oblačenje i ponašanje.
- Pruža precizno informisanje nakon dolaska turista u određnu destinaciju o njenim političkim, društvenim i geografskim karakteristikama, kao i o njenim političkim, društvenim i environmentalnim izazovima.
- Pruža temeljne usluge vodiča tokom puta, što obavljaju dobro obučeni turistički vodiči tzv. Lokalci.
- Pruža mogućnosti za susretanje i razmenjivanje uzajamnog uticaja sa lokalnim zajednicama u okruženjima koja što se tiče kupovine ili prodaje očigledno nisu samo komercijalno mesto.
- Razvijaju shvatanje za tradiciju lok. stanovništva kao i za svakodnevni život zajednice
- Nudi šansu lokalnim nevladinim organizacijama da daju svoje učešće.
- Omogućavaju da ulaz u park budu u potpunosti plaćen.
- Pruža boravak usaglašen sa lokalitetom.

### **Uloga interpretacije u promotivnim aktivnostima ekoturizma**



Ulogu turističkih vodiča u ekoturizmu potrebno je, pre svega, posmatrati kroz kreiranje reputacije određene destinacije koju karakteriše ekoturizam, sa jedne, kao i promociju, kako same destinacije, tako i ove oblasti turizma, uzimajući u obzir sve njene specifičnosti i odlike, sa druge strane. U osnovi ovog pristupa nalazi se interpretacija atrakcija ekoturizma bazirana na narativu, odnosno *storytelling*-u. Način interpretacije u velikoj meri određuje kako će turista doživeti određenu atrakciju (posledično i samu destinaciju) i kakva će iskustva steći. Upravo doživljaji i iskustva predstavljaju jednu od ključnih dimenzija reputacije (Pavković, 2022), pri čemu dobra reputacija ima pozitivne implikacije na destinacije, između ostalih i ekoturizma, kao što su: konkurentnost (Morgan i Huertas, 2011), zadovoljstvo turista (Artigas et al., 2015), davanje preporuke drugima (Garín-Muñoz i Moral, 2017) i sl.

U ekoturizmu, smatra Periera (2005), interpretacija od strane turističkog vodiča stvara i oblikuje iskustva za turiste, dodajući, pri tom, novu vrednost za proizvod. Isti autor iznosi da je uloga vodiča je evoluirala od jednostavnog upravljanja logistikom obilaska ka glavnom doprinosu iskustvima posetilaca. Vearing & Neil (prema: Yamada, 2011) navode da turističko vođenje ima niz potencijalnih prednosti za ekoturizam, kao što su promocija, rekreacija, obrazovanje, upravljanje, očuvanje i ekonomija. I Veiler i Ham (prema: Yamada, 2011) ističu značaj turističkog vođenja za promociju ekoturizma i dodaju da vođenje ima "vitalnu ulogu u uspostavljanju veze između ljudi i mesta u ekoturizmu jer nastoji da stvori intelektualnu, emocionalnu, pa čak i duhovnu vezu između ljudi i mesta". Vrlo slično, Povell i Ham (prema Pereira i Mykletun, 2012) smatraju da ponašanje vodiča i veština interpretacije mogu proizvesti kvalitetna iskustva za turiste koja će kod njih doprineti razvijanju emocionalnih veza sa destinacijom zbog čega oni postaju "njeni prijatelji i pristalice.

Da bi na pravi način vodič uticao na doživljaje i iskustva turista, ali i promovisao određenu destinaciju ekoturizma, neophodno je da poseduje adekvatna znanja i veštine iz oblasti verbalne i neverbalne komunikacije. Polazeći od značaja znanja, veštine komunikacije i kvaliteta interpretacije kao ključnih faktora informisanosti i satisfakcije ekoturista, Rabotić (2011: 186) posebno akcentuje harizmu turističkih vodiča, kao ličnu "magiju" pojedinca, s obzirom na to da ona predstavlja odliku najuspešnijih lidera, ljudi koji su omiljeni i zbog koje

ih drugi smatraju posebnima, osobinu zbog koje ljudi osećaju njihovu privlačnu snagu i zbog čega harizmatični vodiči "osvajaju grupu na prvi pogled" i sl. Pored harizme, kao neizostavne osobine za kvalitetnu interpretaciju, dobar vodič bi morao i da poseduje entuzijazam za posao koji obavlja, spremnost na interakciju sa turistima, da bude ljubazan, srdačan, dostupan i predusretljiv, poseduje empatiju za potrebe turista i sl. Međutim, zbog specifičnog karaktera ekoturizma i vodiči treba da svoje ponašanje, odevanje i osobine prilagode ovim osobenostima. Tako, na primer, poželjno je da vodič bude adekvatno obučen, odnosno da garderoba ne odudara previše od prirodnog ambijenta, pogotovo ne da bude u suprotnosti sa prirodom i porukom koju šalje u vezi ekološki odgovornim ponašanjem. Postoje i osobine vodiča koje se posebno cene u oblasti ekoturizma, kao što su smirenost, hrabrost i samopouzdanje tokom vođenja u pojedinim nacionalnim parkovima u Africi gde često dolazi do bliskog susreta između divljih životinja i turista.

Weiler & Ham (2001) navode pet osnovnih principa koji su od posebnog značaja za turističke vodiče u ekoturizmu:

- Interpretacija nije podučavanje u akademskom smislu (vodiči nisu učitelji u smislu da ekoturisti savladaju i pamte sve informacije);
- Interpretacija mora biti prijatna za posetioce (interpretacija mora da bude prijatna i zabavna čak i za ekoturiste koji se smatraju tradicionalno "ozbiljnim");
- Interpretacija mora biti relevantna za posetioce (interpretacija mora biti povezana sa interesovanjima ekoturista i karakterima njihovih ličnosti, zbog čega je ova komunikacija "lična" jer predstavlja nešto što je ovoj kategoriji turista važno i značajno);
- Interpretacija mora biti dobro pripremljena (dobro pripremljena interpretacija zahtevaće manje napora od strane ekoturista da je prate i razumeju);
- Interpretacija mora biti bazirana na temi o kojoj se raspravlja (centralna tema interpretacije mora biti usmerena na očuvanju prirodnih i kulturnih vrednosti, a način interpretacije ove teme može uticati na mišljenja i osećanja ekoturista, kao i na to šta će raditi kratkoročno na licu mesta ili dugoročno po povratku kući).

Posmatrajući navedena mišljenja, kvalitetna interpretacija od strane turističkog vodiča, kao i posledični kvalitetni doživljaji i iskustva, imaju snažan potencijal za promociju:

- održivog razvoja ekoturizma,
- ekološki odgovornog ponašanja turista,
- uzimanja učešća u aktivnostima očuvanja prirode,
- ekoturizma kao posebnog oblika turizma i sl.

Kreiranjem kvalitetnih doživljaja i iskustava, turistički vodiči, zapravo, obezbeđuju zadovoljstvo kod turista, što će za posledicu imati njihov prenos pozitivnih iskustava usmenim (*word of mouth*) i *on line* putem. Od posebnog značaja su preporuke i deljenje iskustava putem društvenih medija, pre svih društvenih mreža, s obzirom na to da ovaj vid medija ima veliku popularnost. Pored toga, društvene mreže imaju potencijal da poruku ovakvog sadržaja učine viralnom i na taj način bude dostupna velikom broju ljudi širom sveta. Ovaj oblik digitalne komunikacije ima snažan potencijal za promociju destinacija ekoturizma čime utiče na odluke potencijalnih turista o poseti, što ima direktnu implikaciju na broj turista, njihovu potrošnju na destinaciji i posledično na razvoj te destinacije, pre svega u smislu ekonomije, otvaranja novih radnih mesta, smanjenja nezaposlenosti, razvoja infrastrukture i sl. Takođe, ukoliko je vodič uspeo, ne samo da edukuje turiste u vezi sa ekološki odgovornim ponašanjem, već i da ih podstakne na aktivizam u tom smislu, brojni zadovoljni i ekološki "osvešćeni" turisti će se, po povratku u stalno mesto boravka, uključiti u rad različitih udruženja i organizacija u *off line* svetu, odnosno uključiti u kreiranje sopstvenih sadržaja u *on line* svetu.

Ističući značaj turističkog vođenja na kreiranje doživljaja i iskustva, Yamada (2011) akcentuje edukativni aspekt, smatrajući da putem interpretacije turisti imaju priliku da povećaju interesovanje i razumeju prirodu i lokalnu kulturu i posledično ih podstaknu na ekološki odgovorno ponašanje. Isti autor navodi Zakon o promociji ekoturizma u Japanu koji u prvi plan stavlja značaj turističkih vodiča i njihovu ulogu u ekološkom obrazovanju, unapređenju znanja i razumevanja prirodnih turističkih resursa, kao i njihovu zaštitu kroz uputstva i savete. U tom kontekstu autori Povell & Ham (Pereira i Mykletun, 2012) navode rezultate istraživanja koje je sprovedeno na ostrvu Galapagos koje je pokazalo da je interpretacija vodiča doprinelo da

78% posetilaca doniraju sredstva u ovaj Nacionalni park.

Polazeći od značaja kvalitetne interpretacije, Armstrong i Veiler (prema: Yamada, 2011) su sprovedli studiju o pamtljivosti poruka od strane turističkog vodiča tokom obilazaka parka prirode u Viktoriji (Australija) čiji rezultati su pokazali da je veliki broj turista shvatio i upamtio poruke vezane za očuvanje prirodnih resursa. Uloga turističkih vodiča je primetna i kod promene stavova turista u pravcu stvaranja pozitivnih osećanja prema životnoj sredini smatraju, Viles i Hol (prema: Yamada, 2011) navodeći primer Nacionalnog parka Mesa Verde u SAD u kome su se stavovi turista o šumskim požarima pozitivno promenili nakon interpretacije u vezi sa opasnošću koju predstavljaju, šteti koju nanose prirodi i sl.

### **Zaključak**

Ekoturizam zauzima sve značajnije mesto u globalnim turističkim kretanjima, što je posledica sve veće potrebe ljudi za putovanjima na destinacije koje karakteriše prirodni ambijent, bilo da je u osnovi motivacije pasivni odmor ili različite aktivnosti u prirodi.

Posebno važnu ulogu u ponudi ekoturizma imaju turistički vodiči. Njihova interpretacija u velikoj meri uticaće na doživljaje i iskustva turista, što će za posledicu imati kreiranje pozitivne reputacije kako pojedinih atrakcija, tako i same destinacije ekoturizma. Sa druge strane, zadovoljni turisti, veoma često će svoja pozitivna iskustva da prenesu drugima, bilo usmenim putem (*word of mouth*) ili putem društvenih medija, što je posebno važno zbog viralnosti ovakvih poruka. Ovakav vid promocije ima veliki potencijal za kreiranje dobrog imidža i brenda destinacije ekoturizma, što će uticati na odluke potencijalnih turista o poseti i posledično povećan broj turista koji će posetiti ovakvu destinaciju. Ovakvi ishodi će imati direktan i indirektan uticaj na ekonomski razvoj same destinacije kroz povećanu potrošnju turista na destinaciji, otvaranje novih radnih mesta i smanjenje nezaposlenosti. Takođe, promocija ima značajnu ulogu i u povećanju popularnosti ovog oblika turizma.

Pored navedenog, turistički vodiči imaju i edukativnu ulogu. Sadržaj i način interpretacije u velikoj meri će uticati na "podizanje" ekološke svesti turista, odnosno na njihovo shvatanje značaja ekološki odgovornog ponašanja i uzimanje aktivnog učešća u zaštiti životne

sredine u *off line* i *on line* svetu, bilo tokom posete destinaciji ili nakon povratka u stalno mesto boravka.

Ukoliko se analizira uloga turističkih vodiča u ekoturizmu, jasno je da ova profesija predstavlja jednu od ključnih komponenti bez koje je danas nemoguće zamisliti savremenu ponudu ekoturizma. Ova činjenica nameće potrebu za konstantnim i temeljnim pristupom obrazovanju stručnjaka iz ove oblasti.

### Literatura

1. Anđelković, Ž. (2017). *Performanse turističkog vodiča kao factor zadovoljstva turista u kulturnom turizmu*. Doktorska disertacija. Novi Sad: Prirodno matematički fakultet, departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo.
2. Artigas, E. M., Vilches-Montero, S., & Yrigoyen, C. C. (2015). Antecedents of tourism destination reputation: The mediating role of familiarity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 26, 147-152.
3. Garín-Muñoz, T., & Moral, M. J. (2017). Determinants of satisfaction with an urban tourism destination: The case of Barcelona. *Journal of Reviews on Global Economics*, 6, 113-128.
4. Genov, G. (2008). *Turizam posebnih interesa-Selektivni oblici turizma (priručnik)*. Beograd:Čugura print.
5. Hrabovski-Tomić, E. (2008) *Selektivni oblici turizma*. Sremska Kamenica: Fakultet za uslužni biznis
6. Jovanović, V. (2013). *Tematski turizam*. Beograd: Univerzitet Singidunum.
7. Kiper, T. 2013. *Role of Ecotourism in Sustainable Development*. InTech. Dostupno na:<https://www.intechopen.com/books/advances-in-landscape-architecture/role-of-ecotourism-in-sustainable-development>
8. Klitsounova V. (2020). Interpretation as an important component of ecotourism. *Međunarodna naučno-praktična konferencija "Agroekoturizam 2020: Nova pokoljenja –novi trendovi*. Minsk. (59-69) dostupno na:<https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/257947/1/59-69.pdf>
9. Morgan, N., & Huertas, A. (2011). Advancing the study of

- place brands, tourism and reputation management. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 3(2), 149-158.
10. Pavković, V. (2022). *Strateške komunikacije u kreiranju i upravljanju reputacijom urbane turističke destinacije*. Doktorska disertacija. Beograd: Univerzitet u Beogradu, Fakultet organizacionih nauka.
  11. Pereira, E. (2005). How do tourist guides add value to an ecotour? Interpreting interpretation in the State of Amazonas, Brazil. *FIU Review*, 23(2), 1 – 8.
  12. Pereira, E. M., & Mykletun, R. J. (2012). Guides as Contributors to Sustainable Tourism? A Case Study from the Amazon. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(1), 74–94.
  13. Rabotić, B. (2013). *Selektivni oblici turizma*. Beograd: Visoka turistička škola.
  14. Rabotić, B. (2015). *Turističko vođenje-teorija i praksa*. Beograd: Visoka turistička škola.
  15. Stojanović, V. (2006). *Održivi razvoj turizma i životne sredine*. Novi Sad: Prirodno matematički fakultet, departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo
  16. Štetić, S. (2007). *Posebni oblici turizma*. Beograd: izdavač je autor.
  17. Weiler, B., & Ham, S. H. (2001). Tour guides and interpretation. In: Weaver, D.B., (Ed.) (2001). *Encyclopedia of ecotourism* (pp. 549-563). New York: CABI Publishing.
  18. Wood, M.E, (2002). *Ekoturizam – principi, postupci i politike za održivost*, Centar za odgovorni i održivi razvoj turizma, Beograd.
  19. Yamada, N. (2011). Why Tour Guiding is Important for Ecotourism: Enhancing Guiding Quality with the Ecotourism Promotion Policy in Japan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(2), 139–152.

Internet izvor:

<https://www.unwto.org/sustainable-development/ecotourism-and-protected-areas>

## THE ROLE OF TOUR GUIDES IN IMPROVEMENT AND PROMOTION OF ECOTOURISM

Goran Jević<sup>18</sup>

### *Abstract*

*As one of the most important professions in tourism, guiding has been a part of tourism reality long since, yet it has been rather neglected in academic papers. The growing interest in holidays in the nature along with the increasing concern about environmental issues and the appearance of tourists who are educated in this respect, have resulted in the spread of the type of special interest tourism known as ecotourism. Therefore, the aim of this paper is to research and describe the role of tour guides in the development and promotion of ecotourism. The methodology in the paper includes: defining and conceptualisation of the notions of tour guiding and eco-tourism, the description of their role in the contemporary tourism business, and finally the identification of the role of interpretation and narrative in the creation of tourist experience and the consequent establishing of the reputation of an eco-tourism destination as well as the development and promotion of eco-tourism. One of the conclusions of the paper is that tour guides have a prominent role in the promotion of eco-tourism which is why continuous education of these professionals is necessary.*

**Key words:** *ecotourism, promotion, tour guide, interpretation*

Datum prijema / Date of arrival: 14.11.2022.

Datum prihvatanja / Accepted date: 26.12.2022.

---

<sup>18</sup> Academy of Applied Studies Belgrade, Department College of Tourism, Zoran Đinđić Boulevard 152a, Belgrade, Republic of Serbia, e-mail: [jevicg@visokaturisticka.edu.rs](mailto:jevicg@visokaturisticka.edu.rs)

