

TM	Г. XXXV	Бр. 1	Стр. 85-99	Ниш	јануар - март	2011.
----	---------	-------	------------	-----	---------------	-------

UDK 338.482

Прегледни чланак
Примљено: 25. 11. 2010.

Ивана Д. Волић
Имре И. Нађ
Универзитет у Новом Саду
Природно-математички факултет
Нови Сад

КВАЛИТАТИВНЕ МЕТОДЕ У ТУРИЗМУ – ПУТ КА КОНСТИТУИСАЊУ ТЕОРИЈСКЕ ОСНОВЕ ЗА БУДУЋУ НАУКУ

Резиме

Приказани рад се бави анализом позитивистичке и интерпретативно-феноменолошке истраживачке филозофије у области туризма као оквиром за развој квантитативних и квалитативних истраживачких метода. Туризам као област проучавања тежи да постане наука, за шта му тренутно недостају сопствене парадигме, појмови, логичке структуре, законитости, као и методе истраживања. Истраживачи који проучавају одређене појаве у туризму се често изјашњавају за квантификовање и јасно структуриран приступ изучавању појава (проблема). С друге стране, појавила се нова генерација истраживача која настоји да сагледа проблем у целости, из реалне друштвене стварности, како би се објаснили процеси и узроци његовог настајања. Иако често сукобљене, поменуте две струје истраживача су заправо комплементарне због изразите комплексности туризма који обједињује неколико научних дисциплина. Комбиновањем метода истраживања тих дисциплина могуће је постићи, како решавање прагматичних проблема насталих у пракси, тако и конституисање теоријске основе која може допринети развоју туризма као науке.

Кључне речи: туризам, наука, позитивизам, феноменологија, квалитативне методе

ТУРИЗАМ КАО ОБЛАСТ ПРОУЧАВАЊА

Туризам представља социјални, економски и просторни феномен који своју експанзију доживљава у другој половини двадесетог века. Ширећи своје географско распрострањење, допире како до територија које су плански припремљене за његово присуство, тако и до територија које су на одређени начин „затечене“ његовим појављивањем. Туризам доприноси социјалном и економском бољитку заједница у којима је присутан, али исто тако утиче на друштвене односе, изражено раслојавање, центрификацију и модификацију традиционалне културе. Како се поменуте промене, позитивне и негативне, дешавају веома брзо, методе за њихово проучавање и теоријска концептуализација често не могу да одрже корак са темпом њиховог одвијања.

Међу истраживачима из области туризма већ дуже време постоји дискусија да ли је туризам научна дисциплина или само специјализована област проучавања у оквиру других научних дисциплина. Јовичић (1982, 37) даје своје виђење науке о туризму коју назива *туризмологија*, а њен предмет као самосталне научне дисциплине чини туризам као сложен и комплексан социо-просторни и економски феномен. Он сматра да туризам као феномен не може бити адекватно размотрен у оквиру нити једне од постојећих научних дисциплина и да једино појављивање самосталне дисциплине – туризмологије може допринети развоју интегрисане теорије туризма (Jovicic 1988). Јовичићев став подржавају Чомић (Comic) (1989) и Рогозински (Rogozinski) (1985) који напомињу да ће проучавање туризма наставити да пати од недостатка дубине и целовитости, све док је истраживање фрагментирано између различитих дисциплина. Они наглашавају да ће, уколико туризам не буде био посматран као целина, изостати дефинисање његових јасних теоријских оквира.

С друге стране, поједини истраживачи не одобравају развој туризма као посебне научне дисциплине. Ден (Dann) наглашава да је туризам настао из друштвених наука, седамдесетих година прошлог века, и да је питање да ли уопште треба да развија јединствен концептуални приступ и методологију (Dann et al. 1988). Џафари (Jafari) сматра да је за проучавање туризма неопходан систематичнији приступ. Такође, он наводи да проучавање туризма треба да има основу у постојећим научним дисциплинама, али истовремено напомиње да би научници који проучавају туризам требало да развију интердисциплинарну „платформу знања“ (енг. *knowledge-based platform*), засновану на научним основама. Ова врста платформе би омогућила проучавање туризма у ширем контексту, а истовремено би подстакла развој холистичких, универзално примењивих дефиниција, модела и теорија (Jafari 1990).

Нешто комплексније објашњење дао је Трајб (Tribe), који се у свом тумачењу позива на Хирстово (Hirst) дело као оквир за процену

проучавања туризма као научне дисциплине. Хирст је објаснио значење форме знања, односно научне дисциплине, као „препознатљив начин на који се обликује наш доживљај око употребе јавно прихваћених симбола“ (Hirst 1974, 44). Он износи четири критеријума на основу којих се утврђује препознатљивост форме научне дисциплине:

- свака форма поседује мрежу повезаних појмова специфичних за тај облик знања;
- повезани појмови формирају специфичну мрежу, која даје том облику знања јасну логичку структуру;
- сваки облик знања има изразе или тврдње који се могу тестирати на основу критеријума специфичних за тај облик знања;
- научне дисциплине су несводљиве, што значи да није могуће даље редуковати одређене форме знања унутар одређене научне дисциплине.

Тестирајући проучавање туризма на основу ових критеријума, Трајб објашњава због чега туризам не може бити посматран као научна дисциплина:

- проучавање туризма садржи бројне појмове (нпр. Мотивација туриста, задовољство туриста), од којих нити један није својствен само туризму; генерално, они су створени у оквиру других наука и само су контекстуализовани како би добили димензију туризма;
- појмови у туризму не формирају специфичну мрежу; они треба да буду разумљиви у оквиру логичке структуре научне области из које су проистекли;
- код туризма нема израза или тврдњи који се могу тестирати на основу критеријума специфичних за његово проучавање; користе се критеријуми који су креирани у постојећим дисциплинама,
- туризам такође не подлеже несводљивости, зато што појмови који се користе при његовом проучавању априори не припадају туризму, него другим научним дисциплинама које бивају проширене на концепт туризма (Trobe 2004).

Представљене дебате о туризму као научној дисциплини су биле актуелне током протекле три деценије и још увек није извесно да ли ће туризам икада бити конституисан као посебна наука. Проучавање туризма, према Куну (Kuhn), може бити посматрано у својој пре-парадигматској фази коју карактеришу разноврсна и неорганизована истраживања, насумично прикупљање података, недостатак фундаменталних закона и теоријских претпоставки, оскудност примера и модела, као и дебате око легитимних метода (Kuhn 1970). С друге стране, то оставља могућност истраживачима за толерантнији приступ истраживању и избору методологије (Pearce 1993).

*ИСТРАЖИВАЧКЕ ФИЛОЗОФИЈЕ – ОД ПОЗИТИВИЗМА ДО
ИНТЕРПРЕТАТИВИЗМА И ФЕНОМЕНОЛОГИЈЕ*

Истраживања у туризму започињу седамдесетих година двадесетог века, да би се током осамдесетих интензивирала¹ и током деведесетих и прве деценије двадесет и првог века разгранала на бројне области изучавања².

У почетку су доминирала квантитативна истраживања зато што се кључним питањем сматрало колико посетилаца има на одређеној дестинацији или у смештајном објекту; колика је њихова укупна и просечна потрошња; затим колики је промет туристичких агенција и који је однос између броја страних и домаћих посетилаца. Такође, испитивао се и степен задовољства туриста у вези са одређеном дестинацијом, као и лојалност према дестинацији, која се мерила бројем поновљених посета истој. Истраживања су се сводила на квантификовање и пројекцију бројева у будућности, како би се могли предвидети трендови кретања, а све у функцији увећања промета и потрошње од стране туриста. Такође, када говоримо о овој врсти истраживања, јавља се и критика у вези са доприносом квантитативних истраживања развоју сазнања у друштвеним наукама, из разлога што је нагласак на понашању које може наступити у одређеним условима, уместо да се тражи објашњење и разумевање процеса који утичу на понашање (Goodson and Phillimore 2004).

Квантитативна истраживања су карактеристична за позитивистичке и пост-позитивистичке парадигме³, где истраживач верује само у постојање „стварног“ (приметног) света. Позитивисти заузимају став истраживача природних наука; остају дистанцирани од објекта проучавања, фокусирају се на постојеће чињенице и формулишу хипотезе како би их тестирали на основу емпиријских доказа. Избор проучаваног проблема и начин његовог проучавања је одређен објективним критеријумима пре него истраживачким уверењима и интересовањима. Истраживач-позитивист користи структурисану методологију (квантитативна мерења преко упитника и експеримената),

¹ У периоду од десет година (1980-1990), урађено је више од половине тада постојећих истраживања у туризму (Graburn and Jafari 1991).

² Према истраживању које су спровели Балантин и сарадници (Ballantyne et al. 2009) истраживања у туризму су у периоду од 1994. до 2004. године обухватала чак 21 област. Неке од тих области су планирање туризма, маркетинг, културни туризам, економија, угоститељство, екотуризам, одрживи развој, саобраћај, туристичка политика и слично. Анализирано је 12 часописа (2868 чланака).

³ Постоје четири главне парадигме које структуришу истраживање: позитивистичко, пост-позитивистичко, критичко и интерпретативно. Свака од њих даје флексибилне смернице које повезују теорију са методом и помажу у одређивању структуре и облика сваког истраживања.

са циљем прикупљања мерљивих података из великих узорака (Altinay and Paraskevas 2008, 71). Већина истраживача у туризму креће се у оквиру позитивистичких парадигми, чија је одлика и вредносна неутралност, која подразумева да ће резултати истраживања остати исти уколико се промени особа – истраживач. Позитивисти су фокусирани на феномен који је издвојен из друштвеног контекста и настоје да га објасне без разумевања утицаја друштвених фактора. Квантификавање обраћа веома мало пажње на пол, етницитет, године или друштвену класу, што за резултат има доношење уопштених закључака за цео друштвени свет. Разликама које постоје међу заједницама придаје се веома мало пажње, иако су оне у већини случајева кључне за разумевање друштвеног живота (Goodson and Phillimore 2004).

Истраживачи феноменолози-интерпретативисти проучавају феномен тако што формулишу хипотезе на основу сопственог унапред створеног мишљења, и њих затим тестирају на основу емпиријског доказа. Истраживање постављено на овај начин чини се мање формалним и структурисаним, а флексибилнија методологија омогућава генерисање идеја на основу прикупљених података. Феноменолошко-интерпретативни приступ често подразумева комбиновање више метода прикупљања података и мању величину узорка, што подразумева боље разумевање истраживане теме (Easterby-Smith et al. 1999; Saunders et al. 2007). Кључне одлике које карактеришу позитивистичко и феноменолошко-интерпретативно становиште представљене су у табели 1.

Табела 1 Кључне одлике позитивистичког и феноменолошког становишта (Easterby-Smith et al. 1999; Wood 1999, модификовано)

Кључне области	Позитивизам	Феноменологија
Основна веровања	Свет је спољашњи и објективан Посматрач је независан Наука је вредносно неутрална	Свет је друштвено конструисан и субјективан Истраживач је део онога што посматра Наука је вођена људским интересима и мотивима
Истраживачке методе	Фокус на чињеницама Тражи се узрочност и основни закони Феномен се своди на најједноставније елементе Формулација хипотеза и њихово тестирање	Фокус на значењу Настојање разумевања разлога настајања појава Сагледава се целокупност сваке ситуације Развијају се идеје преко индукције из податка

Дизајн истраживања	Структурисан, формалан, конкретни детаљни планови	Развојни, флексибилан
Укљученост истраживача	Истраживач остаје дистанциран од материје коју истражује Краткотрајни контакт	Истраживач се укључује у феномен који истражује Дуготрајни контакт, нагласак на поверењу и емпатији
Преферирани метод	Операционализација концепата како би се могли измерити	Коришћење више метода како би се утврдили различити погелди на феномен
Узорковање	Велики узорци	Мали, дубински истраживани узорци
Метод прикупљања података	Експеримент, анкетање, структурирани интервју и посматрање	Посматрање, документовање, отворени и полуструктурирани интервјуи
Истраживачки инструменти	Упитници, скале, резултати тестова и експеримент	Сам истраживач
Снаге	Пружа широку покривеност разних ситуација Већа могућност истраживача да задржи контролу над истраживачким процесом Јасноћа у вези са предметом истраживања, на тај начин прикупљање података може бити брзо и економично Помаже у генерализацији претходних резултата истраживања и тестирању претходно развијених хипотеза	Могућност посматрања променљивих процеса током времена Веће разумевање значења појединачних исказа Прилагођавање новим питањима и идејама како се појављују Допринос развоју нових теорија
Слабости	Нефлексибилност истраживачких метода Неефикасност у разумевању процеса, као и значења која људи повезују са активностима Није од помоћи при генерисању теорије	Прикупљање података захтева доста времена и ресурса Потешкоће при анализи података Истраживачу је теже да контролише истраживачки процес Проблем поузданости резултата

Истраживачи који су под утицајем интерпретативне (феноменолошке) истраживачке парадигме оштро критикују позитивистички приступ који истиче да је само неутрални квалификовани истраживач у могућности да дође до сазнања, наводећи да комплексан друштвени свет може бити спознат само са тачке гледишта оних који у њему делују. То значи да се истраживање спроводи као врста сарадње при чему су истраживач и истраживано посматрани као партнери у стварању знања, а интеракција између њих представља кључну тачку (место), како за истраживање тако и за разумевање (Shwandt 1998). Сви научни резултати, у суштини су последица интеракције између истраживача и истраживаног и као такви вредносно су условљени. Вредности и контекст су од кључног значаја у стварању знања, што значи да би истраживање требало да буде рефлексивно и да се, као интегрални део стварања знања, истражују његова етничка, политичка и епистемолошка димензија (Marcus 1998).

Традиционални позитивистички приступ истраживању, као и ваљаност добијених резултата се доводи у питање из неколико разлога. На првом месту је усмеравање на феномен који је извучен из друштвеног контекста, чиме се објашњава само дешавање, без усмеравања на разлоге због чега се нешто дешава. Затим, веровање да постоји само једна „истина“ је превазиђено зато што друштвени свет карактерише плурализам. Такође, пропуст традиционалног истраживања, који се огледа у апстраховању средстава сопственог креирања, указује на то да приликом доношења закључака нису били разматрани кључни елементи (етика, вредности и контекст). Ове критике су у највећој мери упућене од стране квалитативних истраживача углавном зато што су они под утицајем интерпретативних истраживачких парадигми. Притом, они истичу да предузимање истраживања, као и презентовање и дистрибуција знања мора бити спроведено на рефлексиван начин (Goodson and Phillimore 2004).

МЕТОДЕ У ТУРИЗМУ – ОД КВАНТИТАТИВНИХ ДО КВАЛИТАТИВНИХ

Приказане истраживачке филозофије су у директној вези са методама које се користе за прикупљање података у истраживачком пројекту. Позитивистичка филозофија је најчешће повезана са дедукцијом и квантитативним истраживањем, чији је циљ да утврди како једна појава (варијабла) утиче на другу преко квантификовања односа међу варијаблама. Квантификовање односа међу варијаблама врши се тако што истраживачи користе статистичке методе као што су релативне фреквенције, разлике између аритметичких средина, корелација, коефицијенти и слично (Altinay and Paraskevas 2008). У овој категорији постоје два дизајна истраживања: дескриптивни и експериментални. Основни циљ дескриптивне студије је процена

узорка у једној одређеној временској тачки, без покушаја да се мењају услови или понашање. Основни циљ експерименталне студије је тестирање хипотезе под условима који су наметнути узорку, при чему се услови мењају, а промене се прате на основу мерења. Примећује се да су закључци донешени на основу последње описане врсте студије прилично генерализовани.

Феноменолошка филозофија је најчешће повезана са индукцијом и *квалитативним истраживањем* које се фокусира углавном на доживљаје и емоције. Ово истраживање се дизајнира тако да буде испитивачко по природи, охрабрујући испитанике да представљају концепте према сопственом критеријуму значајности, без нужног придржавања области (тема) унапред одређених од стране истраживача. Квалитативни подаци се најчешће дају у текстуалном облику и нуде детаљнији и дубљи приказ људских доживљаја, ставова и веровања. Захваљујући личној и контекстуалној димензији ових података, закључци изведени из ових истраживања не могу бити генерализовани (ибид).

У току развоја истраживања у туризму најчешће су коришћене квантитативне методе истраживања, али се тренутно претпоставља да ће се све више користити квалитативни приступ истраживању и то захваљујући социолошким и антрополошким утицајима који полако померају парадигматске границе (Goodson and Phillimore 2004). Заокрет у ставовима према квалитативним методама догодио се током осамдесетих година прошлог века у англофоном свету и то је приказано у књизи коју је написала Карла Хендерсон (Karla Henderson) 1991. године – *Dimensions of choice: A qualitative approach to recreation, parks and leisure research*, да би прелаз од готово искључиво квантитативних ка комбинацији квантитативних и квалитативних метода наступио тек средином деведесетих година двадесетог века. Књиге *Travel, tourism and hospitality research* из 1994. године Голднер и Ричија (Goeldner and Ritchie) и *Researching tourist satisfaction* из 1995. године Крис Рајана (Chris Ryan) укључују поглавља са квалитативним методама истраживања у туризму, иако тада и даље доминирају квантитативне методе. Најскорије објављена књига која се бави квалитативним методама у истраживању туризма јесте *Qualitative research in tourism* из 2004. године аутора Гудсон и Филимора (Goodson and Phillimore), где је аргументовано објашњена предност коришћења интерпретативних парадигми и квалитативних истраживања у туризму. У текућој декади, квалитативне методе су широко прихваћене у туризму и више не представљају изузетак, нити захтевају додатно оправдање употребе (Veal 2006, 195).

Предности квалитативних у односу на квантитативне методе истраживања јасно је истакао Кели (Kelly). Он наводи да квалитативни метод:

- кореспондира са проучаваним феноменом – туризмом и слободним временом као квалитативним искуством;
- „враћа“ људе, односно испитанике, у контекст истраживања туризма и слободног времена – битни су људи са својим именима и јединственим карактерима;
- има могућност да анализира личну промену током времена – насупротив квантитативним методама које посматрају само тренутно стање које је у вези са постојећим друштвеним, економским и условима животне средине, игноришући чињеницу да на већину људског понашања снажно утиче животно искуство;
- јесте погодан за истраживање комуникацијских елемената (симболи, гестикулација) који чине интеракцију између учесника у туризму (Kelly 1980).

Овај аутор напомиње да су резултати квалитативних истраживања разумљивији људима који нису статистички обучени, као и да квалитативне методе пружају бољи увид у разумевање људских потреба и аспирација.

Структура квалитативног истраживачког процеса

Квалитативне методе захтевају генерално флексибилнији приступ истраживачком дизајну и спровођењу самог истраживања. Већина квантитативних истраживања су узастопна (енг. *sequential*), што значи да се поштују унапред одређене секвенце у истраживању (концептуализација, поставка хипотеза, прикупљање и анализа података, описивање резултата). Квалитативна истраживања често имају флуиднији приступ према елементима истраживања – може бити означен као рекурзивни (енг. *recursive*). Овај приступ карактерише истовремено креирање хипотеза и прикупљање и анализа података; описивање резултата је често еволутивни, непрекидни процес, уместо посебне фазе која се дешава након завршетка пројекта. Важна филозофска перспектива при анализи квалитативних података је концепт *засноване теорије* (енг. *grounded theory*), који је повезан са стварањем теорије из истраживања, насупротив истраживању које проверава постојећу теорију. Ова парадигма *заснива* свој модел и теорију на основу емпиријских запажања, пре него да проверава постојећу теорију помоћу традиционалних метода (Veal 2006, 197). Истраживач додаје свој увид у разлоге због којих се појављује одређени феномен (Strauss and Corbin 1990). Туризам, као релативно нова област изучавања, „са ограниченом или непостојећом теоријском подлогом“ (Altinay and Paraskevas 2008, 72) управо на основу квалитативних метода може доћи до стварања недостајућих теоријских парадигми.

Како су квалитативна истраживања мање употребљавана у истраживању туризма, мање су и позната, тако да се на квалитативни истраживачки приступ гледа са опрезом, а некада и са подозрењем и сумњом у вези са поузданошћу и ваљаношћу процеса и резултата (Riley and Love 2000). Од суштинског значаја је да истраживачи у туризму, који се баве интерпретативним парадигмама и квалитативним методама, јасно образложе свој избор приступа и учине видљивим прикупљање података и аналитичке процедуре. Такав транспарентни приступ је пресудан за омогућавање процене квалитета истраживања, оправданости коришћеног приступа и доследности у темељном приступу истраживању (Goodson and Phillimore 2004). Такође, битна особина је и проверљивост резултата научног истраживања, што представља једну од компоненти научног сазнања и подразумева „једно од процедуралних правила, захтев да независни истраживачи могу проверити резултате научног истраживања“ (Милић 1965, 43).

Врсте квалитативних техника у туризму

Вил (Veal) је изнео и описао следеће квалитативне технике које се користе у туризму: дубински интервју, групни интервју (фокус група), посматрање учесника, анализа текста, биографско истраживање и етнографија (Veal 2006).

Дубински интервју као технику карактерише дужина трајања, дубина испитивања и специфична структура. Овај интервју настоји дубље да истражи проблем, за разлику од обичног упитника чији је циљ да прикупи што већи број одговора испитаника. Спроводи се на релативно малом броју субјеката, а инструмент који се користи је начелни списак тема које треба испитати. За разлику од анкете, која у већини случајева подразумева веома кратке одговоре, дубински интервју у начелу подразумева одговор који се састоји од најмање једне реченице, а чешће од њих неколико (Kukić and Markić 2006, 146). Дубински интервју се углавном снима, како би се касније сачинио дословни препис одговора испитаника. Временско трајање испитивања је најмање пола сата, а може трајати и више часова. Како је број испитаника мали, интервју је могуће поновити, уколико истраживање то захтева.

Групни интервју (фокус група) има исти циљ као и дубински интервју, с том разликом што се спроводи у групи и што субјекти ступају у интеракцију једни са другима, као и са истраживачем. Код ове технике испитивач постаје модератор који усмерава дискусију и води рачуна о томе да све теме буду покривене. Фокус групу обично чини од пет до дванаест учесника, најчешће одабраних по критеријуму припадности одређеној групи од значаја за истраживање (на пример локално становништво одређене области, чланови спортског клуба, група људи која користи пакет-аранжман летовање).

Посматрање учесника представља „прикупљање података о појавама путем њиховог непосредног чулног опажања“ (Милић 1965, 46; Милић 1995, 244) и „обавештавање о догађајима у њиховом спонтаном току“ (Kukić and Markić 2006, 197). То је техника у којој истраживач постаје део друштвеног процеса (појаве) који проучава (Veal 2006, 202). Оно знатно проширује истраживачево примарно искуство и олакшава му да стекне реалистичан утисак и осећање целине проучаваног предмета, било да се ради о некој локалној заједници, друштвеној организацији, посебној друштвеној делатности или само о некој посебној врсти друштвених појава (Милић 1965, 46). У проучавању туризма и слободног времена ова техника је уобичајена. На пример, истраживач који проучава коришћење одређеног одмаралишта или парка, може да дође до података на основу боравка на тим местима, међутим то може представљати површан начин прикупљања података. Много детаљнији начин представља укључивање у одређену друштвену групу и интеракцију са њеним учесницима⁴. Истраживач може бити познат учесницима, или може истраживати без њиховог знања, што може донекле изазвати сумњу и подозрење од стране истраживане групе.

Анализа текста представља истраживачку базу за друштвене дисциплине као што су енглески језик, студије медија и културе. Како се пажња истраживача из ових области окренула ка сфери туризма и слободног времена⁵, ова техника игра значајну улогу у њиховом проучавању. Термин „текст“ се користи не само за штампани материјал, него и за слике, плакате, музику, филм и телевизију. Практично сваки културни производ може бити посматран као текст. Присутни овој техници су доста разноврсни и укључују квалитативно, дословно читање текста, интерпретацију текста (херменеутику) и квантификовану форму анализе текста – анализу садржаја.

Биографско истраживање подразумева неколико техника које анализирају целокупно или делимично животно искуство појединаца или групе. Иако постоји више назива за ову врсту истраживања⁶, прећутно се подразумева да је реч о поступку који, на основу личних докумената, као адекватне искуствене грађе, има за циљ да дође до сазнања о субјективном искуству учесника у одређеним догађајима и ситуацијама, те да се из њиховог угла гледања разумеју мотиви њиховог делања и понашања (Богдановић 1995, 521). Најуобичајени-

⁴ Видети у опису етнографског истраживачког стила.

⁵ У проучавању туризма се све више говори о „културном туристичком производу“, што представља синтетизовану туристичку понуду засновану на ресурсима културе и уметности.

⁶ „Животна прича“ (енг. *life story*), „животна историја“ (енг. *life history*), „историја случаја“ (енг. *case history*)

ји облик овог истраживања је конвенционална биографија или ауто-биографија, али биографско истраживање подразумева и друге истраживачке приступе: усмену историју, дело сећања (енг. *memory work*) и лични историјски домен (енг. *personal domain histories*). Дело сећања представља структурисан начин евоцирања сећања на догађаје. Може се радити индивидуално или у групи, а од учесника се тражи да напишу краћи извештај о искуству које су имали о истраживаној теми (на пример, о реализованом путовању)⁷. Лични историјски домен се користи када се жели утврдити начин на који су одређени значајни догађаји у животу појединца (брак, рођење детета, промена посла, здравствена питања) утицали на обрасце путовања и провођења слободног времена.

Етнографски истраживачки стил не представља засебну технику, него приступ који комбинује неколико техника. Примењен на туризам и слободно време, тежи да посматра свет очима испитаника, дозвољавајући им да се слободно искажу, а ти искази после бивају коришћени као цитати испитаника у извештајима о истраживању. Овај приступ често има за циљ да разобличи конвенционалне, утврђене, „здраворазумске“ погледе на „друштвене проблеме“, „девијације“, сексуалне и етничке стереотипе и слично. У проучавању туризма, етнографија је повезана са културолошким студијама, субкултурама и етничким групама, посматраним са антрополошког становишта. То је „дуготрајна квалитативна стратегија која тежи теоријски напредном разумевању групе или културе“ (Altinau and Paraskevas 2008, 80) и њен значај се огледа у могућности генерисања теорије у случајевима када је она оскудна.

КВАНТИТАТИВНО ИЛИ КВАЛИТАТИВНО – ИНТЕРДИСЦИПЛИНАРНОСТ КАО ПУТ КА САРАДЊИ

Имајући у виду да је емпиријско научно истраживање „човеково искуствено истраживање, покренуто човековим проблемима и артикулисано човековим истраживачким идејама, теоријама и пројектима“ (Пејчић 1995, 11), туризам може у ширем контексту бити посматран као наука, с обзиром да садржи готово све поменуте елементе-проблеме, истраживачке идеје и пројекте. Кључни проблем у туризму, као будућој науци, јесте теоријска подлога као „нешто супротно пракси: стање духовне контемплације, то јест једно стање које је различито од стања акције“ (Ђурић 1995, 99). Фрагментација поља науке у туризму настаје између практичног и теоријског поља.

⁷ Ова техника се користи приликом мерења степена задовољства туриста одређеним активностима или целокупним путовањем.

Циљ практичних економских истраживања јесте да се утврде економски ефекти у функцији анализе пословања одређеног субјекта у туризму, што представља легитимни циљ пословног сектора. С друге стране, циљ социо-антрополошких и психолошких истраживања јесте објашњење одређених феномена и стварање теорије (утицаји посетилаца на локалне заједнице, понашање локалне заједнице према посетиоцима, перцепција посетилаца и слично), што представља реалне тежње ка формирању туризма као научне дисциплине. Иако наведени типови истраживања припадају туризму, методе које користе се разликују у зависности од циљева и варирају од квантитативних, стриктно структурираних, нумеричко-оперативних, па до квалитативних, текстуалних, окренутих ка разумевању суштине сваког појединачног испитаника.

Иако туризам не испуњава услове које подразумева засебна теоријска наука, истраживања у туризму евидентно постоје и крећу се у оквирима већ постојећих, дефинисаних научних дисциплина (економије, психологије, социологије, антропологије, историје, географије и других). Независно од тежње туризма да постане научна дисциплина, он већ користи појмове и логичке структуре ових дисциплина и неоспорно има интердисциплинарни фокус, што подразумева сарадњу међу дисциплинама, мешање различитих филозофија и техника на начин да се дисциплине намерно и експлицитно повезују како би се створила синтеза.

Позитивистички начин размишљања у истраживању туризма, који је преовладавао до краја деведесетих година двадесетог века, снажно је критикован из разлога што се сматра да се њиме долази до парцијалног знања и да се не улази у суштину проблематике. Ригидни и објективни модели проучавања онемогућавају стварање теорије и на основу њих се не могу поставити извесни општи принципи на основу којих се могу објаснити и предвидети поједини односи и догађаји. Феноменолози истичу питања субјективности, идентитета и рефлексивности истраживача, која детерминишу и крајње резултате истраживања. Међутим, при сагледавању реалитета туризма као комплексног феномена уочава се да оба приступа (позитивистички и феноменолошко-интерпретативни) могу наћи своју примену. Комбиновањем снага оба филозофска приступа може се повећати озбиљност и систематичност истраживања, са истовременим задржавањем могућности дубинског сагледавања феномена. Иако тренутно и даље доминантан, квантитативни метод све више постаје комплементаран са квалитативном истраживачком филозофијом, која може знатно допринети генерисању теоријске основе туризма као науке. Док то не постане, туризам ће представљати област проучавања, без сопствених парадигми, појмова, истраживачких метода, али нужно интердисциплинарно (и квантитативно и квалитативно) проучаван.

ЛИТЕРАТУРА

- Altınay, Levent and Alexandros Paraskevas. 2008. *Planning research in hospitality and tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Ballantyne, Roy et al. 2009. Trends in tourism research. *Annals of Tourism Research* 26 (1): 149–52.
- Богдановић, Марија. 1995. Биографски метод у социологији. У *Методологија емпијског научног истраживања*, приредио Богољуб Пејчић, 521–49. Београд: Дефектолошки факултет Универзитета у Београду.
- Veal, Anthony. 2006. *Research methods for leisure and tourism*. Essex: Pearson education limited.
- Wood, Roy. 1999. Traditional and alternative research philosophies. In *The handbook of contemporary hospitality management research*, edited by Bob Brotherton, 3–18. New York: John Wiley&Sons Ltd.
- Goodson, Lisa and Jenny Phillimore. 2004. The inquiry paradigm in qualitative tourism research. In *Qualitative research in tourism*, edited by Lisa Goodson and Jenny Phillimore, 30–45. New York: Routledge.
- Graburn, Nelson and Jafar Jafari. 1991. Tourism social science. *Annals of Tourism Research* 18 (1): 1–9.
- Dann, Graham et al. 1988. Methodology in tourism research. *Annals of Tourism Research* 15: 1–28.
- Ђурић, Михаило. 1995. Теорија и истраживање. У *Методологија емпијског научног истраживања*, приредио Богољуб Пејчић, 99–118. Београд: Дефектолошки факултет Универзитета у Београду.
- Easterby-Smith, Mark et al. 1999. *Management research: An introduction*. London: Sage publications.
- Jafari, Jafar. 1990. Research and scholarship: The basis of tourism education. *Journal of Tourism Studies* 1: 33–41.
- Jovicic, Zivadin. 1988. A plea for tourismological theory and methodology. *Revue de Tourisme* 43 (3): 2–5.
- Јовичић, Живадин. 1982. *Основи туризмологије*. Београд: Научна књига.
- Kelly, John. 1980. Leisure and quality: Beyond the quantitative barrier in research. In *Recreation and leisure: Issue in an era of change*, edited by Thomas Goodale and Peter Witt, 300–14. State College, PA: Venture publishing, Inc.
- Kuhn, Thomas. 1970. *The structure of scientific revolutions*, 2nd ed. Chicago: University of Chicago press.
- Kukić, Slavo and Brano Markić. 2006. *Metodologija društvenih znanosti*. Mostar: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Mostaru.
- Marcus, George. 1998. *Critical anthropology now: Unexpected contexts, shifting constituencies, new agendas*. Santa Fe, NM: School of American research press.
- Милић, Војин. 1965. *Методологија истраживања друштвених појава*, II. Београд: Виша школа друштвено-политичких наука СРС.
- Милић, Војин. 1995. Посматрање. У *Методологија емпијског научног истраживања*, приредио Богољуб Пејчић, 243–67. Београд: Дефектолошки факултет Универзитета у Београду.
- Pearce, Philip. 1993. Defining tourism study as a specialism: A justification and implications. *TEOROS International* 1: 25–32.
- Пејчић, Богољуб. 1995. Методологија емпијског научног истраживања – увод. У *Методологија емпијског научног истраживања*, приредио Богољуб Пејчић, 9–12. Београд: Дефектолошки факултет Универзитета у Београду.
- Riley, Roger and Lisa Love. 2000. The state of qualitative tourism research. *Annals of Tourism Research* 27 (1): 164–87.

- Rogozinski, Kazimierz. 1985. Tourism as a subject of research and integration of sciences. *Problemy Turystyki* 4: 7–19.
- Saunders, Mark et al. 2007. *Research methods for business students*. London: FT Prentice Hall.
- Strauss, Anselm and Juliet Corbin. 1990. *The basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage publications.
- Shwandt, Thomas. 1998. Constructivist, interpretivist approaches to human enquiry. In *Handbook of qualitative research*, edited by Norman Denzin and Yvonna Lincoln, 118–37. Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Tribe, John. 2004. Knowing about tourism: Epistemological issues. In *Qualitative research in tourism*, edited by Lisa Goodson and Jenny Phillimore, 46–62. New York: Routledge.
- Hirst, Paul. 1974. *Knowledge and the curriculum*. London: Routledge and Kegan Paul.
- Comić, Djordje. 1989. Tourism as a subject of philosophical reflexion. *Revue de Tourisme* 44 (2): 6–3.

Ivana D. Volić, Imre I. Nađ, Novi Sad

QUALITATIVE METHODS IN TOURISM - A WAY TOWARDS CONSTITUTING THE THEORETICAL BASIS FOR FUTURE SCIENCE

Summary

The work presented deals with the positivist and interpretative-phenomenological research philosophy in the field of tourism, as a framework for the development of quantitative and qualitative research methods. Tourism as a research field aims to become a science, for which he currently lacks its own paradigms, concepts, logical structures, principles and methods. Researchers who study certain phenomena in tourism are often declare to quantify and clearly structured approach to the study of phenomena (or problem). On the other hand, there is a new generation of researchers that highlights the perception on the whole, the real social reality in order to explain the process and reasons why it occurs. Although often conflicting, these two streams of research are in fact complementary because tourism is very complex and incorporates several disciplines. By combining their research methods both resolving pragmatic issues in practice, so as constitution of the theoretical basis that could contribute to the development of tourism as a science, could be achieved.

Key words: tourism, science, positivism, phenomenology, qualitative methods.