

zarjajo na izjemno mesto, ki ga imajo zaradi posebne akcentuacije kajkavska narečja v hrvaški Podravini v okviru slovanskih jezikov. Širokovi posnetki so razporejeni po sklopih (imena za živali, števila, oglašanje živali, dneve, glagoli ...). Temu sledi zbirka posnetkov slovenskega slavista, literarnega zgodovinarja in etnografa Matije Murka, ki jih je leta 1913 snemal med hercegovskimi

Hrvati (CD 4: 18–27). Posnetki Lea Hajeka predstavljajo del njegovega terenskega dela v vojaških garnizijah Avstro-Ogrske, kjer je leta 1916 med drugim posnel tudi petje hrvaških vojakov. Zgoščenko zaključujejo posnetki Hrvatov z Gradiščanskega (iz vasi Parndorf) iz leta 1936, ki kažejo na primere večglasja, a z razpoznavnimi vplivi zborovskega petja.

Predstavljene zgoščenske zbirke *Croatian Recordings 1901–1936* so pomemben zbir dokumentov hrvaške glasbe in govora. Ne glede na to, da se zdijo posamezne zbirke le drobci v predstavi glasbene dediščine, pa vseeno dajejo grob obris repertoarja, instrumentov, načina petja/igranja in nazadnje predstavo o takratnih področjih terenskega in raziskovalnega zanimanja.

ROK V. KLANČNIK: Krizni menedžment, upravljanje nevarnosti in krizno komuniciranje v turizmu; Gormice d. o. o., Ljubljana 2009, 143 str.



V drugi polovici leta 2008 je svet izvedel novico: »Pričenja se globalna ekonomska kriza«. Reakcije podjetij in prebivalcev so bile zelo različne: od množičnih odpuščanj, brezbriznosti do krize (»nam kriza ne pride do živnega«), množičnega iskanja zaposlitve ne glede na stopnjo izobrazbe, strahu pred negotovo prihodnostjo do iskanja novih idej, rešitev in izzivov. A kriza, ki traja še danes in katere posledice bodo vidne še nekaj let, ni ne prva ne zadnja v zgodovini vzponov in padcev svetovnega gospodarstva.

Avtor knjige o kriznem menedžmentu v turizmu, Rok V. Klančnik,¹ prične uvodno

poglavje z znanimi citati o krizi, med drugim: »Prihodnji teden ne more biti nobene krize. Moj program je že poln« (Henry A. Kissinger), »Kar vemo o globalni finančni krizi je, da ne vemo kaj dosti« (Paul A. Saueison), »Vsaka kriza ti da posebne moči« (William Moulton Marston) in mnogimi drugimi.

Sledi poglavje o posledicah 11. septembra 2001, ki jih sodobni sociologi imenujejo tudi »nova normalnost«, in o posledicah cunamijev,² ki so dan po božiču 2004 na območjih jugovzhodne Azije, Šrilanke, Indije, Maldivov in vzhodne obale Afrike zahtevali najmanj 230 tisoč žrtev. Seveda v Sloveniji največkrat pomislimo, da se nam kaj podobnega ne more zgoditi – res ne v tako velikem obsegu, a to nikakor ne pomeni, da je krizni management v Sloveniji nepotreben. Znana sta primera potresov na območju Posočja leta 2004 in gozdnih požarov na kraškem območju leta 2006.

V nadaljevanju so predstavljeni vplivi negativnih dogodkov in kriz na rast medna-

rodnega in svetovnega BDP.³ Zanimivo pri turizmu je, da se v primeru znižanja BDP ta v turizmu zniža še bolj, vendar se tudi v primeru zvišanja realnega BDP ta v turizmu zviša še mnogo bolj. Za zaposlene v turističnem sektorju je zelo dobrodošel naslednji podatek: »Mednarodni turizem se iz vsake krize izkoplje z nadpovprečno rastjo.« In v Sloveniji kriza v turizmu ni novost, saj je število turistov v Sloveniji (in državah nekdanje Jugoslavije) dramatično upadlo že leta 1991 ob razglasitvi neodvisnosti slovenske države.

In prišli smo do leta 2008, ko se je pričela svetovna gospodarska kriza. Pa je slednja dolgoročno res najhujša nevarnost turizmu? Bo ob koncu krize spet vse v najlepšem redu? Žal ne, saj so velika večja grožnja za turizem kot finančna kriza, ki se prej ali slej umiri, naravne katastrofe in klimatske spremembe.

Kako kriza v resnici sploh poteka? Podrobnejša členitev navadno pokaže pet stopenj: odkrivanje, preprečevanje/priprava, obvladovanje, okrevanje in učenje. Pri reševanju poti iz krize je nujno skupinsko (timsko) delo, podpora in sodelovanje različnih institucij, nosilci načrtovanja pa so tako podjetja, lokalna, regionalna kot tudi državna raven. Z drugimi besedami: samotni jezdeci v krizi težko preživijo!

Sedaj pa nas počasi že zanima: Kako upravljati z nevarnostmi kot delom kriznega menedžmenta? Najprej je treba vzpostaviti okvir oziroma kontekst, v katerem deluje turistično podjetje. Sledita določitev nevar-

setletji, svojo kariero je začel v Slovenski turistični organizaciji, med letoma 2002 in 2006 je bil direktor komuniciranja v Svetovni turistični organizaciji. Poleg naštetega je deloval tudi kot vodja kriznega komuniciranja, o kriznem vodenju je predaval po celem svetu, kot vodja organizacijskega odbora je na vsaki konferenci (Madrid, Bali, Aman, Riga, Bamako, Rosario) posvetil en delovni dan samo kriznemu vodenju in kriznemu komuniciranju. Od 1. 1. 2007 vodi Slovenski turistični urad za Benelux v Bruslju.

2 Cunami: Serija velikanskih valov, v mednarodnem okviru se najpogosteje uporablja beseda *tsunami*.

3 BDP: bruto družbeni proizvod.

1 Rok V. Klančnik se s turizmom ukvarja dve de-

nosti in analiza tveganj, pri čemer je treba nujno oceniti posledice na petih ravneh: nepomembne, majhne, občutne, obsežne in katastrofalne. Kasnejše zaostrovanje dogodkov lahko najlaže ponazorimo tako: tveganje – kriza – katastrofa. Ali bo ali ne bo prišlo do večje katastrofe, je največkrat odvisno od znanja ljudi – slogan »turizem smo ljudje« absolutno velja še danes, čeprav se nanj v mnogih primerih (načrtno?) pozablja.

Pa nadaljujmo s štirimi dobami kriznega vodenja: zmanjševanje, pripravljenost, odzivnost in obnova. Če povzamemo vse štiri dobe: v kolikor ustrezno predvidiš vse nevarnosti in tveganja, je pripravljenost na »težke čase« večja, zato je odzivnost na krizne čase učinkovitejša, obnova pa z najučinkovitejšimi rešitvami hitrejša. Se sliši preprosto, mar ne? Žal v mnogih primerih ni tako, saj se zatakne že pri zmanjševanju kriznega vodenja, kar pa je največkrat težava vodilnega menedžmenta in neznanja o kriznem ukrepanju.

In kako je globalna finančna kriza v letih od 2008 do danes vplivala na turizem? Predvsem so se spremenile potovalne navade ljudi: potovanja so krajša in bliže domu, število potovanj se povečuje, nekoliko

daljši je glavni dopust, najprej in najbolj pa se morajo spremenjenim razmeram prilagoditi letalske družbe in hoteli. Za olajšanje posledic globalne finančne krize je najučinkovitejši »remedial management«, ki ga v slovenski strokovni literaturi še ne poznamo – prevedemo ga lahko kot 'učinkovito premoščanje kriznih razmer'. Najkrajše: turistično gospodarstvo si v težkih časih lahko pomaga z notranjimi in zunanjimi odzivi. Potrebni so organizacijski, finančni in administrativni ukrepi v primeru notranjih in strateško komuniciranje v primeru zunanjih odzivov.

Ampak, zakaj bi govorili le o finančni krizi, ko pa so na dolgi rok veliko hujše posledice zdravstvenih nevarnosti! Avtor navaja posledice medijsko odmevnih boleznih norih krav, sarsa, ptičje in prašičje gripe, legionele in salmonelle. Vse našete bolezni so na različne načine negativno vplivale na turizem: od upada povpraševanja po določenih kulinaričnih specialitetah, strahu pred obiskom krajev, kjer naj bi razsajala bolezen, do poostrenih razmer v hotelski industriji.

Avtor svoje bogato znanje o kriznem menedžmentu v turizmu ob koncu knjige podkrepi še z modelom kriznega komuni-

ciranja v turizmu. Slednji sestoji iz komuniciranja pred krizo, komuniciranja med krizo in komuniciranja po krizi. Vsemu temu je skupna hitra prilagodljivost na številne spremembe tako pri promociji, oglaševanju, skrbi za kakovost kot raziskavam in analizam, ki v kriznem času pridobijo na pomenu zaradi nujnega poznavanja trga in razmer.

Knjiga Roka V. Klančnika je namenjena mnogim: raziskovalcem in preučevalcem turizma, managerjem turističnih destinacij, hotelirjem, gostincem, turističnim agencijam kot tudi načrtovalcem nacionalnega, regionalnega in lokalnega razvoja. Knjiga je pionirsko delo na področju kriznega komuniciranja v turizmu in mora stati na policah vseh tistih, ki se tako ali drugače ukvarjamo s turizmom. Turizem je obstajal pred krizo in bo obstajal tudi po njej. Če si lahko dovolim nekaj subjektivnega mnenja, bi ob koncu poudaril: »Preživeli bodo tisti, ki bodo zagotavljali kakovostno ponudbo, ki bo sledila trendom globalnega turizma – v toku evolucije preživijo le najmočnejši in enako bo tudi v tem primeru.«

