

<https://doi.org/10.21301/eap.v13i1.11>

Ivan Kovačević

*Odeljenje za etnologiju i antropologiju
Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu
ikovacev@f.bg.ac.rs*

Ana Banić Grubišić

*Institut za etnologiju i antropologiju
Filozofski fakultet, Univerzitet u Beogradu
razdragano_suncokretje@hotmail.com*

Antropološko proučavanje turizma*

Apstrakt: U ovom radu autori prate istorijat razvoja antropologije turizma od šezdesetih godina prošlog veka do danas. Pored specifične metodologije (etnografski terenski rad), osnovnu karakteristiku antropološkog proučavanja turizma čini akcenat na sociokulturnoj dimenziji turizma. U okviru antropološkog istraživanja turizma istraživački interes je usmeren na razumevanje društvene i kulturne prirode turizma.

Ključne reči: turizam, putovanje, antropologija, antropologija turizma, Srbija

Uvod

Antropologija turizma je relativno mlada poddisciplina antropologije¹. Rana antropološka istraživanja turizma iz šezdesetih i sedamdesetih godina XX veka bila su usmerena na razumevanje uticaja koje turizam ima na strukture društva, odnosno na pitanja koja se tiču kulturne promene i efekata turizma na lokalnu zajednicu domaćina. Prema Leit i Graburn u poslednje tri decenije dolazi do porasta antropoloških istraživanja turizma i otvaranja novih istraživačkih pitanja i tema (Leite and Graburn 2009). Brojni autori ističu da je turizam dugo vremena važio za nelegitimno polje antropoloških istraživanja (v. Nunjez 1983; Burns 1999; Burns 2004; Leite and Graburn 2009). Na

* Tekst je nastao kao rezultat rada na projektu br. 177035 koji u celosti finansira Ministarstvo prosvete, nauke i tehnološkog razvoja RS.

¹ Volas beleži da je u poslednjih nekoliko godina primetan porast radova o turizmu koji se izlažu na vodećim antropološkim konferencijama i „sastancima“ antropoloških asocijacija – SfAA, AAA (Wallace 2005, 6).

primer, u jednom od prvih teorijskih antropoloških radova o turizmu, Teron Nunjez napisao je da su se „antropološka istraživanja turizma uglavnom odlikovala lutanjima“, kao i da su se antropolozi uzdržavali od objavljivanja svojih proučavanja u sistematizovanom obliku jer se ovo istraživačko polje nije smatralo ispravnim ili uključivim u okvire tradicionalnog opsega discipline (Nunjez 1983, 100). Kako zapaža Burns, veza između antropologije i turizma je dugo vremena bila „veza izbegavanja“ (Burns 2004). Prema autorki postoji nekoliko mogućih razloga zbog čega fenomen turizma nije bio u fokusu antropoloških istraživanja u prošlosti. Kao prvo, turizam se posmatrao kao „neozbiljno područje istraživanja“, odnosno kao polje koje ozbiljni naučnici treba da izbegavaju. Drugi razlog koji autorka navodi tiče se prividne sličnosti između turističkih putovanja i terenskih putovanja antropologa – naime, antropolozi kao terenski istraživači neretko su percipirani kao turisti, a između etnografija i putopisa često je stavljan znak jednakosti (Burns 2004, 6). Treći razlog povezan je s nedostatkom svesti o sociokulturnom značaju turizma – turizam se isključivo posmatrao u ključu odnosa ekonomije i turista, a ne same lokalne zajednice ili domaćina – što i jeste predmet antropološkog istraživanja. Zatim, na turizam se gledalo kao na zapadni fenomen, kao na nešto što se dešava u industrijalizovanim društvima i stoga nije posmatran kao relevantno polje istraživanja za proučavanje indigenih naroda ili društava malog obima (Burns 2004, 7). Zbog svih tih navedenih razloga, bilo je rašireno stanovište o turizmu kao „neprikladnom“ polju za antropološka proučavanja, a turizmom su se na „odgovarajući“ način bavile discipline poput ekonomije, geografije i sociologije, odnosno, one društvene nauke koje su usmerene ka korišćenju kvantitativnih pristupa prikupljanju građe i analize (Burns 2004, 8). Za razliku od ranih antropoloških istraživanja turizma u kojima je fokus neretko bio na razmatranju „razornih efekata turizma“ (v. Nunez 1963), danas antropolozi fenomen turizma tumače u skladu sa savremenim antropološkim temama poput identiteta, etniciteta, materijalne kulture, lokalnih i globalnih politika, procesa globalizacije, kao i reprezentacije, objektifikacije i komodifikacije kulture (Leite and Graburn 2009). Drugim rečima, takvi radovi posvećeni su razumevanju kulturnih procesa povezanih sa turizmom kako u zapadnim tako i u nezapadnim društvima, odnosno, akcenat je na razumevanju „turizma kao kulturne prakse“ (Chambers 2010). U prvom delu ovog rada autori daju kratak pregled definicija turizma i turista, u drugom delu rada se ukratko predstavlja hronološki razvoj ove antropološke poddiscipline u svetskoj i domaćoj etnologiji/antropologiji, specifičnosti antropološkog pristupa u odnosu na druge društveno-humanističke discipline i osnovne teme kojima su se u proučavanju turizma antropolozi bavili.

Turizam – definicije i tipologije

Turizam je danas jedna od najvećih industrija u svetu. Kako brojni autori ističu, razvoj turizma je neodvojiv od industrijskog razvoja društva, odnosno od povećanja produktivnosti uslovljene tehnološkim napretkom i razvojem dokoličarskih klasa. Denison Neš smatra da turizam ne postoji u lovačkim i sakupljačkim društvima (Neš 1983, 86). Turizam se, prema ovom autoru, javlja onda kada ljudi koriste dostupna sredstva kako bi putovali u slobodnom vremenu. Turizam predstavlja fenomen modernosti, budući da nastaje zahvaljujući razvoju modernih sredstava transporta i društveno-ekonomskih promena nakon industrijske revolucije (Yamashita 2001, prema Krstić 2010, 143).

Postoji bezbroj definicija turizma i turista, u zavisnosti od akademske discipline unutar koje se definisanje turizma obavlja. Prema Berstinu, „turista je neko ko putuje iz zadovoljstva“ ili „neko ko ide na put isključivo radi zadovoljstva“ (Burstin 39). Upravo zadovoljstvo, kako smatra ovaj autor, čini osnovnu razliku između putnika i turiste – na primer, turista je pasivan i čeka na zadovoljstvo dok putnik ne ide u razgledanje i aktivno učestvuje u putovanju.

Polazeći od Bakovog stanovišta da turizam istovremeno predstavlja i industriju/biznis i skup fenomena, Piter Burns, autor monografije „An introduction to tourism and anthropology“ (Burns 1999) smatra da je o turizmu korisnije misliti kao o sistemu, pre nego kao o procesu ili skupu fenomena. Prednost takvog sagledavanja turizma kao sistema (ili kao skupa sistema) jeste u tome što se turizam ne posmatra u izolaciji, odvojen od njegovog političkog, ekološkog, ekonomskog ili socijalnog okruženja (Burns 1999, 26). Takav pristup naglašava međupovezanost između jednog dela sistema i drugog čime se omogućava multidisciplinarno razumevanje kompleksnosti turizma (Burns 1999, 26). Antropolozi koji su se bavili proučavanjem turizma uglavnom su se oslanjali na definicije prisutne u srodnim akademskim disciplinama i nisu se sa posebnom pažnjom bavili pitanjem definisanja fenomena turizma. Na primer, Irv Chambers, autor monografije „Native Tours: The Anthropology of Travel and Tourism“, definiše turizam kao bilo koju vrstu putovanja (ili aktivnosti povezane s putovanjem) koja uključuje samosvesno iskustvo drugog mesta (Chambers 2010, 6). Valin Smit, urednica zbornika „Host and Guest: The Anthropology of Tourism“, smatra da turistom možemo nazvati onu osobu koja u ograničenom periodu slobodnog vremena dobrovoljno posećuje mesto daleko od kuće u cilju doživljaja promene (Smith 1989, 1). S tim u vezi, Burns u pomenutoj studiji izdvaja nekoliko veoma uticajnih i rasprostranjenih određenja i opisa turizma u periodu od kraja sedamdesetih godina do početka dvehiljaditih – turizam se posmatrao kao „pozitivni akt samoispunjenja“, predstavlja želju da se spozna Drugi u cilju upoznavanja nas samih (McKean 1977 prema Burns 1999, 27).

Istraživanje turizma je proučavanje čoveka koji je udaljen od njegovog mesta boravka, ali i proučavanje industrije koja zadovoljava njegove potrebe, i uticaja koje turista i turistička industrija imaju na sociokulturno, ekonomsko i fizičko okruženje društava domaćina (Jaffari 1977 prema Burns 1999, 27). To je fenomen koji obuhvata kretanje i boravak na destinacijama izvan mesta stanovanja (Mathieson and Wall 1982 prema Burns 1999, 27). Turizam se može definisati kao labavi spoj industrija koje nastaju zbog kretanja ljudi i njihovog boravka van područja stanovanja i u svojoj srži predstavlja fenomen društva odmora (Pearce 1982 prema Burns 1999, 27); turizam je kombinacija rekreacije i biznisa (Murphy 1985 prema Burns 1999, 27); fokus definicije turizma je na potrošnji dobara i usluga koje su na neki način nepotrebni ali se pretpostavlja da „generišu ugodna iskustva koja se razlikuju od svakodnevnog života (Urry 1990 prema Burns 1999, 28); turizam se tumačio kao „doživljaj mesta“ – s tim što se pod turističkim proizvodom ne podrazumeva turistička destinacija već doživljaj tog mesta i svega onoga što se na tom mestu dešava (Ryan 1991 prema Burns 1999, 28). Turizam sačinjavaju ideje i mišljenja koja oblikuju odluke o putovanju – gde otići, šta raditi, kako se postaviti prema drugim turistima, lokalnom stanovništvu i radnicima u turizmu (Leiper 1995 prema Burns 1999, 28). Iako su putovanja i turizam identifikovani kao industrija – najbolje ih je razumeti kao totalno tržište koje reflektuje kumulativne zahteve i obrasce potrošnje posetilaca za širok raspon proizvoda povezanih s putovanjem (Middleton 1998 prema Burns 1999, 28).

Kada je reč o ranijem periodu, Koen smatra da se sociološka i/ili antropološka istraživanja turizma, koja su sprovedena do sredine osamdesetih godina XX veka, mogu podeliti na četiri osnovne oblasti – to su u prvom redu istraživanja koja se odnose na motivacije, stavove, reakcije i uloge turista, zatim istraživanja odnosa turista i lokalnog stanovništva, proučavanja struktura turističkih sistema, kao i socioekonomski i sociokulturni uticaj turizma (Cohen 1984). Isti autor, na osnovu antropološke i sociološke literature objavljene do početka osamdesetih godina, izdvaja osam najvažnijih konceptualizacija turizma – turizam kao komercijalizovano gostoprimstvo, turizam kao demokratizovano putovanje, turizam kao moderna aktivnost slobodnog vremena, turizam kao moderna forma tradicionalnog hodočašća, turizam kao izraz osnovnih kulturnih tema, turizam kao akulturacijski proces, turizam kao vrsta etničkih odnosa i turizam kao forma neokolonijalizma (Cohen 1984, 374–376).

U okviru ranih antropoloških proučavanja turizma, antropolozi su nastojali da kategorizuju turiste u odnosu na motivaciju putovanja, to jest u odnosu na svrhu posete određenoj lokaciji. Tipologija turističkih uloga koju je 1972. godine predložio Erik Koen dugo vremena je predstavljala polaznu tačku istraživanja turizma iz perspektive društvenohumanističkih disciplina. Prema Koenu, turističko iskustvo predstavlja kombinaciju nepoznatog/stranog s jedne strane

i poznatog/familijarnog s druge strane (Cohen 1972, 167). Osnovu za njegovu uticajnu tipologiju turističkih iskustava i uloga čini upravo taj odnos između doživljaja nepoznatog i poznatog prilikom turističkih poseta i putovanja, te Koen predlaže četiri ključne turističke uloge, to jest, smatra da postoji četiri osnovna tipa turiste – organizovani masovni turista, individualni masovni turista, istraživač i skitnica. Koen organizovanog masovnog turistu opisuje kao turistu lišenog avanturističkog duha koji putuje pod „staklenim zvonom“, to je turista koji „kupi paket aranžmane kao bilo koju drugu robu na modernom masovnom tržištu“ i koji na svom unapred isplaniranom odmoru zapravo ostaje u „mikrookruženju njegove sopstvene zemlje“ (Cohen 1972, 167). Druga turistička uloga u Koenovoj tipologiji je slična prvoj, s tim što individualni masovni turista ima određenu kontrolu nad sopstvenim vremenom i izborima prilikom putovanja i nije striktno vezan za grupu. Sledeći tip turiste, turista-istraživač ne putuje s turističkom agencijom već sam planira sopstveno putovanje, iako poput prva dva tipa nastoji da donekle zadrži udobnost sopstvenog doma na putovanju. Koen smatra da se turista-istraživač trudi da upozna drugačiju kulturu, povezuje se s lokalnim stanovništvom i uči strani jezik, no ipak ne uranja potpuno u kulturu i društvo domaćina (Cohen 1972, 168). Poslednji tip, tip turiste-skitnice ne putuje „utabanim turističkim stazama“ već on nastoji da na putovanju u potpunosti prihvati način života i običaje lokalnog stanovništva, on nema unapred zadati vremenski raspored niti rutu putovanja, kao ni jasno određene razloge i ciljeve turističkog putovanja. Prva dva turistička tipa Koen naziva „institucionalnim turističkim ulogama“ jer njih rutinski obezbeđuje turistički establišment – u prvom redu turističke agencije i lanci hotela, dok druga dva tipa predstavljaju „neinstitucionalizovane turističke uloge“ zbog toga što su to otvorene uloge prilično labavo povezane sa turističkim establišmentom (Cohen 1972, 169).

Oslanjajući se na Koenovu tipologiju, Valen Smit razlikuje sedam tipova turista – istraživač-turista, elitni turista, „off-beat“ turista, nesvakidašnji/neobični turista, početni masovni turista, masovni turista, i čarter turista; kao i pet tipova turizma – etnički turizam, kulturni turizam, istorijski turizam, ekološki turizam i rekreativni turizam (Smith 1989). Prema autorki, etnički turizam podrazumeva putovanja u cilju upoznavanja kulture i običaja udaljenih i neretko egzotizovanih naroda, te obuhvata aktivnosti poput posete selima i domovima domorodačkog stanovništva, posmatranje njihovih ceremonija i narodnih igara, kupovinu umetničkih predmeta koje su izradili domaćini (Smith 1989, 4). Kulturni turizam se zasniva na promociji „načina života u prošlosti“, i poseta takvoj destinaciji podrazumeva aktivnosti kao što su isprobavanje zaboravljenih kulinarskih specijaliteta u rustičnim lokalima, posmatranje folklornih manifestacija, učestvovanje u kostimiranim festivalima i uopšte upoznavanje turista sa nekadašnjim načinom seoskog života (Smith 1989, 5). Istorijski turizam Valen Smit naziva „krug muzeja-katedrale“, to su sva ona turistička putovanja koja

naglašavaju slavnu prošlost iščezlih civilizacija i koja obuhvataju vođene ture prilikom kojih turisti obilaze kulturne spomenike i ruševine antičkog doba (Smith 1989, 5). Autorka smatra da ekološki turizam često predstavlja „pomoćni vid etničkog turizma“ zbog toga što privlači turističku elitu u udaljene nepoznate krajeve. U srži takvih putovanja je veza između čoveka i prirode, a aktivnosti koje se, između ostalog, turistima nude su obilazak lokalnih industrija – poseite farmama čaja ili ribnjacima. Smit pod rekreativnim turizmom podrazumeva sezonska turistička putovanja – posetu skijaškim centrima ili letovalištima, to su putovanja čija je svrha odmor i rekreacija na komercijalnim i popularnim turističkim destinacijama (Smith 1989, 6).

Antropologija turizma

Američki antropolog Teron Nunjez autor je prvog antropološkog teksta o turizmu „Turizam, tradicija i akulturacija: vikendizmo u meksičkom selu“ koji je objavljen 1963. godine u časopisu *Ethnology* (Nunez 1963). U navedenom radu autor turizam posmatra pre svega kao mogući kontekst za proučavanje urbanog i ruralnog kontakta i akulturacije. Naime, Nunjez smatra da se istraživanje i razumevanje turizma odvija unutar generalnog okvira teorije akulturacije pri čemu se, u skladu sa danas prevaziđenim gledištima, urbani turisti pojednostavljeno i jednostrano shvataju kao „donorska kultura“ a domaće seosko stanovništvo kao pasivna „primalačka kultura“ (Nunez 1963, 347). Autor vikend turiste iz grada poredi sa španskim konkvistadorima i smatra da je razvoj turizma u ovom meksičkom selu početkom šezdesetih godina prošlog veka ništa drugo do osvajanje koje je dovelo do brzih i dramatičnih promena u seoskom životu, najviše u socijalnoj organizaciji, ekonomiji, političkom autoritetu i vrednostima lokalnog stanovništva (Nunez 1963, 348). Zbog toga turizam za Nunjeza predstavlja svojevrsnu „laboratoriju za ispitivanje teorije akulturacije“ i legitimno polje istraživanja kulturnih promena (Nunez 1963, 352).

Međutim, početak antropološkog bavljenja turizmom vezuje se za 1977. godinu kada je objavljeno prvo izdanje zbornika „*Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*“ (Smith 1989)². U ovoj pionirskoj studiji na primeru dvanaest studija slučaja razmatraju se uticaj turizma na šire društvo, različiti tipovi turizma (istorijski, etnički, kulturni, rekreativni itd), zatim odnosi između turista i lokalnog stanovništva, uticaj turizma na kulturu destinacije, sagledavanje turizma kao forme neokolonijalizma i razumevanje turističkih putovanja kao rituala. Tematske oblasti i geografska područja koja su u to vreme interesovale

² Koreni nastanka ovog zbornika su „Prvi nacionalni naučni simpozijum o turizmu“ koji je održan u isto vreme kada i susret Američke antropološke asocijacije 1974. godine u Meksiku.

antropologe koji su se bavili proučavanjem turizma mogu se iščitati iz samih naslova poglavlja – pored uvodnih teorijskih razmatranja turizma i fenomena slobodnog vremena, autori okupljeni oko navedenog zbornika istraživali su turizam u nezapadnim društvima, turizam u evropskim rezortima i turizam u „kompleksnim“, „zapadnim“ društvima.

Pojedini autori smatraju da uprkos rastućem antropološkom interesovanju za fenomen turizma nije došlo do formiranja antropologije turizma kao posebne antropološke poddiscipline i da se pre može govoriti o „antropološkim intervencijama“ u proučavanju turizma, pod kojima se podrazumevaju karakteristične metode, način formulacije istraživačkih problema, kao i empirijski doprinosi antropologije (Leite and Graburn 2009, 35). S tim u vezi, Leit i Grabun ističu da je nemoguće „ograničiti antropologiju turizma“ ako se ima u vidu da naučnici iz drugih disciplina, koji se danas bave turizmom, prisvajaju antropološki model etnografskog istraživanja. Prema pomenutim autorima antropološki pristup turizmu podrazumeva holističko posmatranje društvenih i kulturnih tema povezanih s turizmom, uz detaljno opisan kontekst (Leite and Graburn 2009, 35). Chambers smatra da je jedan od osnovnih doprinosa antropologije studijama turizma čine antropološka istraživanja turizma u „udaljenim mestima“, to jest „demonstriranje uticaja turizma na indigene i marginalizovane populacije“ (Chambers 2010, 3).

Osnovne teme

Prema Piteru Burnsu moguće je izdvojiti četiri istaknute teme/istraživačka pitanja u okviru antropološkog pristupa turizmu: turizam kao religija i ritual; turizam kao društvena promena; turizam kao mitologija; i pitanje odnosa lokalnog i globalnog u turizmu (Burns 1999, 89–90). Kako Burns navodi, iako su brojni autori razmatrali turizam kao moderni oblik religije ili hodočašća, takve tvrdnje ipak zahtevaju obimnija terenska istraživanja i zaključuje da se turizam može smatrati formom hodočašća jedino u smislu da može pokazivati slične stupnjeve ili karakteristike (prelaz iz svakidašnjeg u nesvakidašnje stanje ili vreme), i da u određenom smislu turistička putovanja pružaju „odušak“ od svakodnevnog života te da ponekad taj „odušak“ može da uključuje i slobodu od društvenih ograničenja (Burns 1999, 93). Kada je reč o turizmu kao društvenoj promeni, odnosno o pitanju „da li turizam uništava kulture?“, ovaj autor smatra da je način na koji se formira i tokom vremena menja veza između domaćina i turista veoma značajna za antropološko proučavanje turizma, ali i da sociokulturni fenomeni koji su u teoriji povezani sa turizmom (poput akulturacije ili asimilacije) nisu nužno empirijski dokazani terenskim istraživanjem (Burns 1999, 102). Shvatanje turizma kao mitologije, tiče se, prema Burnsu, pitanja „može li

turizam ponuditi raj na Zemlji?“, budući da mit o raju predstavlja opšte mesto u marketingu turističkih destinacija (Burns 1999, 108). Poslednje važno pitanje u antropološkim studijama turizma koje Burns izdvaja tiče se političke ekonomije turizma – da li i u kojoj meri turizam doprinosi razvoju zemalja domaćina, posebno u kontekstu nerazvijenih zemalja u kojima razvoj turizma pogoduje samo produblivanju jaza između bogatih turista i siromašnih lokalaca (Burns 1999, 112).

Iz navedenih shvatanja ciljeva antropologije turizma može se uočiti velika razlika u antropološkom i turizmološkom pristupu. Osnovna karakteristika turizmološkog pristupa je izjednačavanje putovanja i turizma pa se skoro svaka vrsta putovanja smatra turizmom. Stoga se u turizmologiji ozbiljno raspravlja o zdravstvenom turizmu ili kongresnom turizmu iako se zapravo radi o putovanjima sa neturističkom motivacijom. Polazeći od pružanja usluga u saobraćaju, ugostiteljstvu ili zdravstvu, turizmolozi izjednačavaju putovanja sa turističkom motivacijom i putovanja radi lečenja ili naučnih kontakata. Uzrok ovom izjednačavanju potpuno različitih pojava najverovatnije leži u genezi turizmologije koja je velikim delom nastala razvijanjem ekonomije turizma, koja, kao i svaka ekonomija, polazi od ekonomskih efekata bilo koje delatnosti, u ovom slučaju putovanja.

Druga bitna razlika sastoji se u naučnom karakteru antropologije turizma kojim se razlikuje od pokušaja primene nauke što je osnovna karakteristika turizmologije. U osnovi nastojanja turizmologa da „budu korisni“ leži veoma proizvoljan postupak valorizacije turističkih destinacija koji nikakve naknadne statističke magle ne mogu učiniti naučnim. Bilo da se radi o „ekspertskoj“ valorizaciji ili najobičnijoj anketi među turistima, turizmološki radovi tih vrsta predstavljaju primenu nauke i to potpuno arbitrarnom i proizvoljnom valorizacijom, koja može imati onoliko rezultata koliko i valorizatora, kao i sasvim jednostavnu marketinšku primenu sociološke ankete.

Antropološko istraživanje turizma u srpskoj etnologiji/antropologiji

Zbornik „Antropologija turizma“ koji je objavljen u okviru edicije „Nova srpska antropologija“ (ur. Kovačević i Banić Grubišić 2013) nudi jasnu predstavu o tome na koji način se u domaćoj nauci istraživao turizam i turizmološki fenomeni. U zborniku se razmatraju posledice turistizacije i veze između turizma i identiteta (Jovanović 2008), razvoj turizma u prošlosti (Stojanović D. 2006), u periodu nakon Drugog svetskog rata – analiza legende o neostvarenom turističkom razvoju (Kovačević 1980), turističkim putovanjima predsednika bivše SFRJ (Krstić 2010). Kada je reč o savremenom periodu kada nastaju brojne

lokalne manifestacije koje imaju turistički karakter, analizirane su gastronomske tradicijade (Kovačević 2007) i manifestacioni turizam u Beloj Crkvi (Stojanović M. 2010). Bačević istražuje koncepcije razvoja turizma u Knjaževcu (Bačević 2006), a Banić Grubišić vezu između kulturnog nasleđa i turizma, na primeru fenomena „drakulijanskog turizma“ (Banić Grubišić 2009) i turistizacije napuštenog američkog autoputa „route 66“ (Banić Grubišić 2012).

U radu „Turizam i konstrukcija socijalnog i nacionalnog identiteta u Srbiji krajem 19. i početkom 20. veka“ Dubravka Stojanović³ povezuje početak razvoja turizma u Srbiji sa stvaranjem socijalnog identiteta srednje klase i konstrukcijom nacionalnog identiteta (Stojanović D. 2006). Autorka, koristeći se dnevnom štampom tog vremena kao analitičkom građom, piše o izletima, ekskurzijama u udaljene krajeve i ostalim turističkim aktivnostima koje je beogradsko građanstvo organizovalo u slobodno vreme, kao i o prvim organizovanim turističkim posetama iz inostranstva krajem 19. i početkom 20. veka, kada su u Beograd dolazili strani turisti iz Amerike, Engleske i Rusije. Stojanovićeva napominje da su posebnu vrstu turizma tog vremena činila „putovanja tokom kojih su se upoznavali narodi koji će kasnije napraviti jugoslovensku državu“ (Stojanović D. 2006, 50). Autorka piše da su novine redovno izveštavale o razvoju banjskog turizma u Srbiji pri čemu se posebna pažnja posvećivala objavljivanju spiskova uglednih gostiju jer je „biti u banji“ bila stvar prestiža (Stojanović D. 2006, 53). Ti spiskovi banjskih gostiju predstavljali su najbolju sliku društvene elite, koja je istovremeno bila i pokretač turizma u zemlji, a novonastali običaji i različita ponašanja vezana za provođenje slobodnog vremena predstavljali su, kako Stojanovićeva zaključuje, izvore za konstrukciju socijalnog identiteta narastajuće srednje klase (Stojanović D. 2006, 54). Prema autorki, turizam je imao ulogu i u kreiranju nacionalnog identiteta jer su upravo „one društvene grupe i nosioci onih profesija koji su činili goste banja i letovališta bili tvorci, nosioci i diseminatori nacionalne ideje“ (Stojanović D. 2006, 56). Na primer, „viteška takmičenja“ koja su se organizovala u banjama nisu bili samo sportska razonoda slobodnog vremena već su, imajući u vidu njihov patriotski sadržaj, predstavljali svojevrsno „uvežbavanje srpstva“ i „uvežbavanje građanstva“.

U radu pod nazivom „Legenda i stvarnost“ Ivan Kovačević (Kovačević 1980) analizira tri legende o neostvarenom turističkom razvoju koje su zabeležene krajem sedamdesetih godina prošlog veka u različitim krajevima SFRJ (Orhid, Palić, Buljarice). Kako su date legende morfološki identične uz neznatne varijacije, autor iznosi idealtipski tekst legende koja govori o mestu koje je imalo izvanredne uslove za razvoj turizma ali je uprkos tome ostalo neuređeno i turistički nerazvijeno. Naime, opštinski ili republički političari su, prema legen-

³ Kao i u svim zbornicima edicije „Nova srpska antropologija“ jedan od autora nije antropolog. U zborniku „Antropologija turizma“ to je Dubravka Stojanović profesor na Odeljenju za istoriju Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu.

di, pre više od dve decenije odbili ponudu Amerikanaca da dato mesto zakupe, urede i izgrade turističku infrastrukturu, a kao razlozi se navode politički ili vojno-strateški argumenti (Kovačević 1980, 119). Autor, oslanjajući se na Propovu morfologiju bajke i Levi-Strosovu analizu mitova, u tri koraka analizira osnovni tekst legende – prvo razlaže legendu na najmanje sastavne jedinice – miteme, zatim na osnovu izgrađene morfološke šeme uočava osnovne strukturne odnose i na kraju dobijene rezultate smešta u realni socijalni kontekst. Prema Kovačeviću, osnovna funkcija date legende se podudara sa Levi-Strosovim određenjem mita kao „logičkog instrumenta“ koji omogućava da se razreši neka kontradikcija u realnosti (Kovačević 1980, 123). Autor zaključuje da je političko-ekonomsko objašnjenje koje je pratilo transformaciju u realnosti i koje se posmatra kao racionalno, zapravo nadomešteno legendom koja, iako pripada sferi iracionalnog, poseduje strukturu koja ne odudara od same transformacije i ističe da i jedno i drugo objašnjenje daju „logički instrument“ za razrešavanje postojeće kontradikcije (Kovačević 1980, 124).

U radu „Tito kao turista“ Marija Krstić razmatra turističke aspekte međunarodnih putovanja Josipa Broza Tita u nameri da pokaže koji su elementi turizma pratili njegova putovanja, kao i kakav je Tito bio turista (Krstić 2010). Građu za analizu čine istoriografski podaci o Titovim diplomatskim putovanjima tokom kojih je on posetio preko 70 zemalja i susreo se sa oko 350 predsednika država i vlada. Autorka smatra da se, uprkos tome što primarna svrha Titovih putovanja nisu bili turistički obilasci i posete, takav vid političke saradnje može posmatrati kao varijanta aristokratskog vladanja i putovanja (Krstić 2010, 146) bez obzira na činjenicu da Tito nije bio tipični aristokrata, već državnik seoskog porekla, politički deklarisan kao socijalista i komunist. Krstićeva navodi da je sličnost između Titovih putovanja i devetnaestovekovnih aristokratskih putovanja bila privilegovanost – iskustva predodređena za privilegovanu manjinu, kao što su učestvovanje i posmatranje različitih atrakcija koje nisu predviđene i dostupne većini turista. Prema ovoj autorki, turistički aspekti Titovih državnčkih putovanja obuhvatali su rekreativni, edukativni, kulturni, elitni, organizovani i programirani turizam (Krstić 2010, 159). Krstićeva zaključuje da se Titova putovanja, iako su imala jasnu turističku komponentu, ne mogu u potpunosti izjednačiti sa turizmom jer su bila pre svega poslovne prirode – Tito se jeste ponašao kao turista ali su njegova putovanja prevashodno imala političku pozadinu i funkciju (Krstić 2010, 160).

U radu „Gastronomske tradicijade“, Ivan Kovačević se bavi fenomenom gastro tradicijada, svojevrsnim privredno-folklorno-turističkim manifestacijama koje su u Srbiji postale naročito popularne nakon dvehiljaditih godina (Kovačević 2007). Gastronomske tradicijade, prema Kovačeviću, predstavljaju izmišljene tradicije namerno stvorene od strane „predstavnik“ lokalnih zajednica, i najčešće su vezane za određene vrste neposrednih proizvoda poljoprivrede i

stočarstva, ali i za prerađevine i gastronomiju, odnosno, za načine spremanja posebnih vrsta jela (Kovačević 2007, 112). Drugim rečima, pod gastronomskim tradicijadama ovaj autor podrazumeva različite manifestacije kao što su: gulašijada, bostanijada, pitijada, kobasicijada, kupusijada, čvarkijada, pasuljijada, štrudlijada itd. Kovačević ove tradicijade analizira na osnovu novinskih tekstova i podataka sa raznih internet sajtova. Vreme nastanka najvećeg broja gastronomskih tradicijada je period nakon dvehiljaditih godina – autor navodi podatak da je do 2007. godine nastalo preko 19 takvih manifestacija (Kovačević 2007, 115). Razmatrajući „priče o postanku“ ovih tradicijada Kovačević zaključuje da razlog postanka tradicijada predtranzicionog perioda karakteriše prevashodno motiv takmičenja koji, prema rečima autora, ne samo da služi kao mitska podloga nastanka manifestacije već bitno određuje njenu osnovnu manifestnu funkciju (Kovačević 2007, 118). Naime, takmičenja u gastronomskim tradicijadama predstavljaju „nastavak“ „radnih takmičenja“ iz doba socijalizma. Prema autoru, gastronomske tradicijade predstavljaju spoj poznatih manifestacija folklorističkog tipa (kao što su raznorazni sabori posvećeni razvoju i očuvanju narodnog stvaralaštva) i ekonomskog interesa (predstavnik) lokalnih zajednica. Kovačević smatra da su u većini slučajeva ove manifestacije pokretali proizvođači (ili grupe proizvođača) određenih poljoprivrednih ili stočarskih proizvoda, uz asistenciju lokalne kulturne elite koja poseduje izvesna znanja/sećanja vezana za tradiciju (Kovačević 2007, 124). U kasnijim fazama, kako autor navodi, u organizaciju gastronomskih tradicijada se uključuju i viši nivoi državne uprave – opštine, kao i turističke organizacije i agencije (Kovačević 2007, 126). Kovačević na primeru dve studije slučaja – Patlidžanijade u Neradinu i Kobasicijade u Turiji, nakon detaljne deskripcije i ustanovljavanja osnovnih elementata datih gastronomskih tradicijada (glavni proizvod i derivati, lokacija održavanja manifestacije, takmičenja, elementi tradicije, organizator/i) razmatra upotrebe i stvaranje tradicije, kao i elemente izgradnje identiteta u ovim manifestacijama.

U radu „Manifestacioni turizam u Beloj Crkvi – novi odgovori na stara pitanja“ Marko Stojanović istražuje turističke atrakcije „Lov na Besija“, „Karneval cveća“ i „Bela Crkva u jabukama“ u funkciji društveno-kulturno-ekonomskih promena u lokalnoj sredini (Stojanović M. 2010). Kako autor zapaža, te turističke manifestacije koje se mogu podvesti pod okvir kulturnog turizma se, u širem smislu posmatrano, zasnivaju na upotrebi kulturnog nasleđa i predstavljaju značajan ekonomski resurs za lokalnu zajednicu (Stojanović M. 2010, 175). Prema Stojanoviću, fenomen kulturnog turizma ima važnu ulogu u ekonomskom razvoju, demokratizaciji zajednice i procesu redefinisavanja/rekonstrukcije lokalnog identiteta (Stojanović M. 2010, 177). Autor smatra da komunikacijska analiza predstavljanja ovih belocrkvanskih atrakcija osvetljava procese u okviru kojih je lokalna zajednica kroz turizam u toku perioda predtranzicije, ratne tranzicije i savremenih tranzicionih procesa u Srbiji menjala obrazac funkcionisanja i sisteme vrednosti.

Deana Jovanović se u radu „Identitet na prodaju – kreiranje nacionalnog identiteta za potrebe turizma“ bavi analizom Strategije razvoja turizma Republike Srbije za period od 2005. do 2015. godine, kao i brošurama Turističke organizacije Srbije na engleskom jeziku iz 2007. godine (Jovanović 2008). Cilj njenog rada bio je da istraži na koji način su, pomoću tehnike brendiranja, konstruisane predstave o „novom“ nacionalnom identitetu u pomenutim dokumentima namenjenim inostranim turistima. Jovanovićeva ističe da se turistička ponuda Srbije formira na osnovu „evropske“ jer ona predstavlja tip ideala na koji se Srbija mora ugledati (Jovanović 2008, 107). Kako autorka navodi, komunističko nasleđe i „problematične teme“ vezane za devedesete godine XX veka, koje čine sastavni deo srpske istorije, nisu našle svoje mesto u turističkoj prezentaciji Srbije. Slika Srbije koja je ponuđena Drugima („svetu“) izgrađena je od pozitivnih stereotipa i distancirana je od negativne konotacije pojma Balkan i balkansko. Time, kako piše Jovanović, proces turističke promocije srpskog identiteta ne reflektuje realnost već sliku koja je zasnovana na mitu (Jovanović 2008, 111), a Strategija razvoja turizma i turističke brošure se mogu posmatrati kao jedna vrsta „pripitomljavanja“ nacionalizma (Jovanović 2008, 112) u cilju što bolje „prodaje“ na inostranom turističkom tržištu.

U radu „Antropologija, turizam i tranzicija: koncepcije o razvoju turizma u Knjaževcu“, Jana Baćeović, na osnovu terenskih istraživanja koje je sproveda 2003. i 2005. godine u Knjaževcu, piše o lokalnim koncepcijama o turizmu kao delatnosti i potencijalnom izvoru prihoda u kontekstu tranzicione ekonomije i društvene transformacije (Baćeović 2006). U uvodnom delu rada autorka razmatra dosadašnje pristupe domaće etnologije/antropologije turizmu kao istraživačkom polju smatrajući da je turizam verovatno jedina oblast u kojoj je primenjeni aspekt razvijen mnogo više od teorijskog (Baćeović 2006, 378). Autorka je razgovarala s tri grupe ispitanika – s radnicima u turističko-ugostiteljskim objektima i onima koji su bili uključeni u razvoj turizma u periodu pre devedesetih godina prošlog veka, s onima koji se danas aktivno bave turizmom i turističkom promocijom, i s lokalnim stanovništvom koje nije direktno uključeno u turističku promociju i prezentaciju opštine. U fokusu istraživanja su bile četiri teme – opšte ideje o turizmu i turističkom razvoju, koncepcije o tome šta predstavlja turistički potencijal Knjaževca i okoline, problemi vezani za razvoj turizma i odnos turizma i tranzicione ekonomije. U skladu sa ciljem rada – problematizacijom odnosa antropologije turizma i njene primene, autorka smatra da stavovi lokalnog stanovništva o razvoju turizma, kao sastavnog dela procesa tranzicije, imaju važnu ulogu u projektima primenjene antropologije, odnosno upotrebe antropoloških znanja u turizmu.

U radu „Drakula kao kulturni konstrukt u turističkoj ponudi Rumunije“ Ana Banić Grubišić se bavi fenomenom „drakulijanskog turizma“ – analizom pro-

gramskih putovanja koja su posvećena mitu o Drakuli (Banić Grubišić 2009). Autorka piše da se prve „Drakula-ture“ namenjene inostranim turistima organizuju u sedamdesetim godinama XX veka kada je objavljena knjiga „U potrazi za Drakulom“, u kojoj se prvi put uspostavlja veza između Stokero-vog fiktivnog vampira i rumunskog srednjovekovnog kneza Vlada Cepeša. U tom periodu nametnuta veza Drakula-tura sa vampirizmom i natprirodnim u Rumuniji dočekana je s negodovanjem jer je bila u neslaganju sa političkim identitetom Rumunije kao socijalističke države. Tek nakon pada Čaušeskuovog režima u Rumuniji dolazi do popularizacije „drakulijanskog turizma“ – osniva se oficijalno društvo Drakule, organizuju se „Drakula kongresi“, a početkom dvehiljaditih započinje se sa projektom izgradnje tematskog parka u Transilvaniji kao svojevrsnog vida komodizacije istorije namenjene zapadnoj potrošnji. Na primeru „drakula-tura“ i prekinute izgradnje zabavnog parka posvećenog Drakuli pokazano je na koji način država, odnosno Rumunsko ministarstvo turizma, podržava i ohrabruje one forme turizma koje odgovaraju i afirmišu željeni nacionalni i kulturni identitet.

U radu „Route 66 – popkulturno putovanje na Zapad“ Ana Banić Grubišić (Banić Grubišić 2012) razmatra fenomen preplitanja popularne kulture i turizma na primeru najpoznatijeg nefunkcionalnog autoputa u SAD – Route 66 i pokazuje na koje načine popkulturni turizam posredstvom Interneta i drugih medija utiče na stvaranje virtuelnih zajednica koje čine fanovi ovog puta. Autorka u radu analizira sadržaj „Route 66 selfdrajv tura“, kao i sadržaj Internet foruma, blogova i veb stranica na kojima se okupljaju turisti i zaljubljenici u tu „ikoničnu rutu“. Prema Banić Grubišić, „route 66 turizam“ svoju privlačnost i popularnost gradi na osnovu predstava perpetuiranih u popularnoj kulturi – narativi o putu prethodno razvijeni u književnosti, filmu, i muzici (tzv. „road genre“), te ovaj autoput danas pre svega predstavlja „simbol nostalgije“ i želje da domaći i inostrani turisti „dožive ‘autentičnu’ Ameriku prošlih vremena“ (Banić Grubišić 2012, 112). Na osnovu dostupne građe, autorka zaključuje da iskustvo putovanja ovim putem za turiste predstavlja ili potragu za romantizovanim predstavama o „avanturi puta“ u delima popularne kulture ili način da se povežu sa „sopstvenim korenima“ (Banić Grubišić 2012, 115). Njihova turistička iskustva su velikim delom oblikovana popularnom mitologijom puta i željeno nostalgично iskustvo zasnovano je na prošlosti koja je prenošena i konstruisana kroz masovne medije. Turistička putovanja rutom 66 prilikom kojih sama vožnja postaje „destinacija“ ukazuju na značajnu ulogu koju sami turisti, razmenom i prenošenjem njihovih iskustava – „narativa o putu“, imaju u oblikovanju date turističke destinacije.

Literatura

- Baćević, Jana. 2006. Antropologija, turizam i tranzicija: koncepcije o razvoju turizma u Knjaževcu. *Glasnik Etnografskog instituta SANU* 54: 377–387.
- Banić Grubišić, Ana. 2009. Drakula kao kulturni konstrukt u turističkoj ponudi Rumunije. *Etnološko-antropološke sveske* 14 (3): 93–104.
- Banić Grubišić, Ana. 2012. "Route 66" – popkulturno putovanje na Zapad. *Zbornik radova Geografskog instituta SANU „Jovan Cvijic“* 62 (1): 103–125.
- Burns, Georgette Leah. 2004. Anthropology and Tourism: Past Contributions and Future Theoretical Challenges. *Anthropological Forum* 14 (1):5–22.
- Burns, Peter. 1999. *An Introduction to Tourism and Anthropology*. London: Routledge.
- Burstin, Denijel. 1983. Od putnika do turista. *Kultura* 60–61: 30–61.
- Chambers, Erve. 2010. *Native Tours: The Anthropology of Travel and Tourism*. Waveland Press: Long Grove Illinois.
- Cohen, Erik. 1972. Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research* 39 (1):164–182.
- Cohen, Erik. 1984. The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. *Annual Review of Sociology* 10: 373–392.
- Jovanović, Deana. 2008. Identitet na prodaju – kreiranje nacionalnog identiteta za potrebe turizma. *Glasnik Etnografskog instituta SANU* 56 (1):101–114.
- Kovačević, Ivan. 1980. Legenda i stvarnost. Legenda o neostvarenom turističkom razvoju. *Kultura* 50: 118–124.
- Kovačević, Ivan. 2007. Gastronomske tradicijade. U: *Antropologija tranzicije*, Kovačević, Ivan, 109–153. Beograd.
- Krstić, Marija. 2010. Tito kao turista. *Etnoantropološki problemi* 5 (2): 141–164.
- Leite, Naomi and Graburn, Nelson. 2009. Anthropological Interventions in Tourism Studies In T. Jamal & M. Robinson (Eds.), *The SAGE handbook of tourism studies* (35–64). Los Angeles and London: SAGE.
- Neš, Denison. 1983. Turizam kao forma imperijalizma. *Kultura* 60–61: 84–99.
- Nunez, Theron. 1963. Tourism, Tradition, and Acculturation: Weekendismo in a Mexican Village. *Ethnology* 2 (3): 347–352.
- Nunjez, Teron. 1983. Turizam u antropološkoj perspektivi. *Kultura* 60–61: 100–110.
- Smith, Valene. 1989. *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. University of Pennsylvania Press.
- Stojanović, Dubravka. 2006. Turizam i konstrukcija socijalnog i nacionalnog identiteta u Srbiji krajem 19. i početkom 20. veka. *Godišnjak za društvenu istoriju* 1–3: 41–59.
- Stojanović, Marko. 2010. Manifestacioni turizam u Beloj Crkvi – novi odgovori na stara pitanja. *Glasnik Etnografskog instituta SANU* 58 (2): 173–189.
- Wallace, Tim. 2005. Tourism, tourists, and anthropologists at work. *Annals of Anthropological Practice* 23 (1): 1–26.

Ivan Kovačević

Department of Ethnology and Anthropology,
Faculty of Philosophy, University of Belgrade, Serbia

Ana Banić Grubišić

Institute of Ethnology and Anthropology,
Faculty of Philosophy, University of Belgrade, Serbia

The Anthropological Study of Tourism

In this paper, the authors follow the history of development of anthropology of tourism from the 1960s to the present. In addition to the distinct methodology (ethnographic field work), the essential aspect of anthropological study of tourism is an emphasis on the socio-cultural dimension of tourism. Within the anthropological research of tourism, the research interest is focused on understanding the social and cultural nature of tourism.

Key words: tourism; travel; anthropology; anthropology of tourism; Serbia

Étude anthropologique du tourisme

Dans cet article les auteurs suivent l'histoire du développement de l'anthropologie du tourisme depuis les années soixante du siècle passé jusqu'à aujourd'hui. En dehors d'une méthodologie spécifique (travail de terrain ethnographique), la principale caractéristique de l'étude anthropologique du tourisme consiste en l'accent sur la dimension socioculturelle du tourisme. Dans le cadre de l'étude anthropologique du tourisme, l'intérêt chercheur est orienté vers la compréhension de la nature sociale et culturelle du tourisme.

Mots clés: tourisme, voyage, anthropologie, anthropologie du tourisme, Serbie

Primljeno / Received: 20.11.2017.

Prihvaćeno / Accepted: 15.01.2018.