

SELEKTIVNI OBLICI TURIZMA

PREDAVANJE 12

Dr Branislav Rabotić, prof.



**VISOKA TURISTIČKA ŠKOLA STRUKOVNIH STUDIJA
2012.**

KULTURNI TURIZAM

- ◆ Kultura je preduslov razvoja turizma, a turizam efikasan način valorizacije kulture. Svako turističko putovanje ima neki element kulture, samim tim što učesnika premešta iz jednog kulturnog ambijenta u drugi. Lokalna kultura je važno obeležje destinacije, a zahvaljujući turizmu postaje zamajac njenog društvenog i privrednog razvoja. Postoji kulturni turizam, a govori se i o turističkoj kulturi. Kultura i turizam su vrlo povezani, iako njihov odnos u praksi nije uvek harmoničan.
- ◆ Termin 'kultura' potiče iz latinskog, a prvobitno značenje je bilo 'krčenje tla' (obrada zemlje), otuda i 'agrikultura'.
- ◆ Danas se pod pojmom kulture podrazumeva ukupno ljudsko stvaralaštvo, materijalno i duhovno, ali se odnosi i na samo duhovni aspekt što obuhvata društvenu svest i sve društvene tvorevine.

- ◆ U najširem smislu kultura uključuje ono što ljudi misle (stavovi, uverenja, ideje i vrednosti), rade (kulturom normirani načini ponašanja ili način života) i stvaraju (umetnička dela i predmeti, kulturni proizvodi).
- ◆ Kultura se na početku svog razvoja pojavljuje kao narodna kultura, koju stvaraju svi članovi društva, a kao posledica kasnije podele na fizički i umni rad nastaje kultura koju stvaraju viši slojevi društva.
- ◆ Kultura se odnosi na prošlost i tradiciju (istorija i baština), na izraze, tj. produkte kreativnosti (umetnička dela, predstave), ali i na način života ljudi, njihove navike i običaje.
- ◆ Svaka društvena zajednica stvara svoju kulturu, koja je u većoj ili manjoj meri povezana sa drugim kulturama. Temelj kulture je jezik kojim se, inače, izražavaju ostali elementi kulture (umetnost, običaji i sl.).

Turistički aspekti kulture

- ◆ Kultura turista je kultura koju turisti nose sa sobom kada u poseti drugoj zemlji. Pošto se na putovanju ponašaju drugačije nego kod kuće, njihova kultura zavisi i od tzv. rezidualne kulture. Osim nacionalnih kultura uzimaju se u obzir i kulture pojedinih grupa turista (backpackeri, avanturisti i sl.).
- ◆ Kultura ‘domaćina’ se odnosi na kulturu destinacije, tj. zajednice sa kojom turisti dolaze u kontakt.
- ◆ Turistička kultura je rezultat ponašanja svih učesnika u turističkom procesu – i turista i onih koji im pružaju usluge. Ova kultura je posledica mešavine turista, domaćina i rezidualnih kultura, tj. poseban tip kulture koji nastaje u svakoj destinaciji. Razlikuje se od svakodnevne kulture i turista i domaćina, jer se i jedni i drugi ponašaju drugačije u međusobnom kontaktu.

- ◆ Za Jadrešića (2010), turistička kultura je novi segment opšte kulture, „celokupna ljudska delatnost u području turizma, odnosno ukupnost i stepen usvojenog ponašanja i delovanja, turističkih navika svih subjekata turizma“. Jednostavno rečeno, on turističku kulturu vidi kao kulturu putovanja i odmora, tj. provođenja slobodnog vremena.
- ◆ Pod rezidualnom kulturom misli se na vrednosti koje se ne mogu verifikovati ili izraziti terminologijom dominantne kulture, ali žive i primenjuju se na osnovu ostataka, kulturnih ili socijalnih, neke prethodne društvene formacije (kao anahronizam). Primer za to su neke religiozne vrednosti koje opstaju uprkos integraciji većine religioznih značenja i vrednosti u dominantni sistem.
- ◆ Rezidualna kultura je, obično, na izvesnoj distanci od važeće dominantne kulture, ali u stvarnim kulturnim delatnostima, može biti i integrisana u dominantnu kulturu.

Pojam kulturnog turizma

- ◆ Kulturni turizam je fokusiran na kulturne atrakcije i aktivnosti kao glavnim razlozima za putovanje. Složenost interesovanja kulturnih turista i mnoštvo resursa koje kulturni turizam obuhvata otežavaju definisanje pojma kulturnog turizma.
- ◆ U kulturi se mogu izdvojiti unutrašnji i spoljni krug.
- ◆ Unutrašnji krug čini kulturno jezgro, tj. tradicionalni ili osnovni elementi kulture koji reprezentuju ono što ljudi čine ili proizvode, u kulturnom smislu.
- ◆ Unutrašnji krug sadrži primarne elemente kulturnog turizma i može se podeliti na turizam nasleđa (kulturno nasleđe iz prošlosti) i umetnički turizam (savremena kulturna produkcija, vizuelne umetnosti, savremena arhitektura, literatura itd.).

- ◆ Spoljni krug predstavlja sekundarne elemente kulturnog turizma i to su: način svakodnevnog života (verovanja, kuhinja, tradicija, folklor, itd) i kreativne industrije (modni dizajn, veb i grafički dizajn, film, mediji, zabava itd.). Na mnogim mestima, unutrašnji i spoljni krug su u vrlo bliskoj vezi i, sa tačke gledišta kulturnih turista, često, čine nerazdvojnu celinu.
- ◆ Richards (2007) napominje da kulturni turizam ne uključuje samo „konzumiranje“ kulturnih proizvoda prošlosti, već i savremene kulture ili načina života nekog naroda ili područja. Kulturni turizam, stoga, pokriva kako „turizam nasleđa, tj. baštine“ (*heritage tourism*), koji se odnosi na proizvode prošlosti, tako i „umetnički turizam“ (*arts tourism*), koji se odnosi na savremenu umetnost. Autor primećuje i to da se kulturni turizam ne ispoljava samo u pasivnoj formi (razgledanje istorijskih mesta, muzeja, zbirki slika ili pozorišnih predstava).

- ◆ Mnogi turisti se sve više zanimaju i za tzv. „kreativni turizam“, koji podrazumeva neposrednu participaciju u kulturnim aktivnostima (slikarstvo, fotografija, folklor, zanati i sl.).
- ◆ Smith (2000) predlaže sledeću definiciju kulturnog turizma: ‘Pasivno, aktivno ili interaktivno angažovanje u kulturi i komunikaciji , pri čemu posetilac stiče nova iskustva edukativne, kreativne i/ili zabavne prirode’.
- ◆ Zavisno od toga koliko je kultura uticala na motivisanost pojedinca da preduzme putovanje, mogu se izdvojiti:
 - Kulturni turizam, sa kulturom kao primarnim ciljem;
 - „usputni kulturni turizam“, i
 - „slučajni kulturni turizam“.

- ◆ U svetu je trend porasta zanimanja za kulturne turističke proizvode, a UNWTO predviđa da će tržište kulturnog turizma biti i u budućnosti jedno od vodećih.
- ◆ Ovaj oblik turizma postaje sve važniji zbog svojih višestrukih pozitivnih socio-ekonomskih implikacija, jer omogućava finansijsku podršku očuvanju, revitalizaciji i promociji baštine, obezbeđuje finansijsku nezavisnost kulturnih institucija i organizacija i utiče na proces decentralizacije kulture.
- ◆ Značajan je i finansijski efekat koji kulturni turizam ima na privredni razvoj nerazvijenih zemalja. Ne treba zaboraviti ni njegov doprinos jačanju svesti o kulturnim vrednostima, kao i u kreiranju kulturnog identiteta i pozitivnog imidža zajednice.

Principi kulturnog turizma

Pitanje	Princip
Prroda turizma	<ul style="list-style-type: none">• Turizam je privredna aktivnost.• Turizam uključuje konzumiranje doživljaja.• Turizam je razonoda.• Turizam je aktivnost koja zavisi od tražnje, pa je njom teško upravljati.
Atrakcije privlače turizam	<ul style="list-style-type: none">• Nisu sve turističke atrakcije iste.• Atrakcije kulturne baštine predstavljaju deo turizma.• Nisu sva kulturna dobra kulturne turističke atrakcije.
Faktori koji utiču na obim posete	<ul style="list-style-type: none">• Dostupnost i blizina određuju potencijalni broj posetilaca.• Raspoloživost vremena utiče na kvalitet i dubinu doživljaja.
Turističko ponašanje	<ul style="list-style-type: none">• Turističkim doživljajem se mora upravljati kako bi se nadgledale aktivnosti turista.• Turisti žele 'kontrolisane' doživljaje.• Što je tržište standardnije, utoliko je veća potreba za <i>user-friendly</i> turističkim proizvodima.
Kulturni turizam	<ul style="list-style-type: none">• Nisu svi kulturni turisti isti.• Kulturni turistički proizvodi mogu biti izazovni i konfrontirajući, ali kod turista ne smeju izazivati osećanje straha ili krivice (optuživanje).• Turisti žele 'autentičnost', ali ne obavezno i sučeljavanje sa stvarnošću.

Tipologija kulturnih turista

- ◆ Neki autori vide u niši kulturnih turista razlike u vezi sa prirodom interesovanja koje takvi turisti iskazuju:
 - Turisti sa specifičnim kulturnim interesovanjem (operske predstave ili izložbe naivne umetnosti)
 - Turisti sa nespecifičnim kulturnim interesovanjem (ne zanima ih neki poseban aspekt kulture, već kultura generalno).
- ◆ Slična je i podela i na sledeće dve grupe:
 - ‘Opšti kulturni turista’ (posećuje različite zemlje i učestvuje u raznim oblicima kulturnog života).
 - ‘Specijalizovani kulturni turista’ (fokusiran je na jedan lokalitet ili manji broj njih, pa kontinuirano posećuje određeni grad ili zemlju pri čemu iskazuje zanimanje za razne oblike kulture ili, pak, posećuje razne zemlje u potrazi za primerima određene vrste umetnosti ili druge konkretnе kulturne aktivnosti).

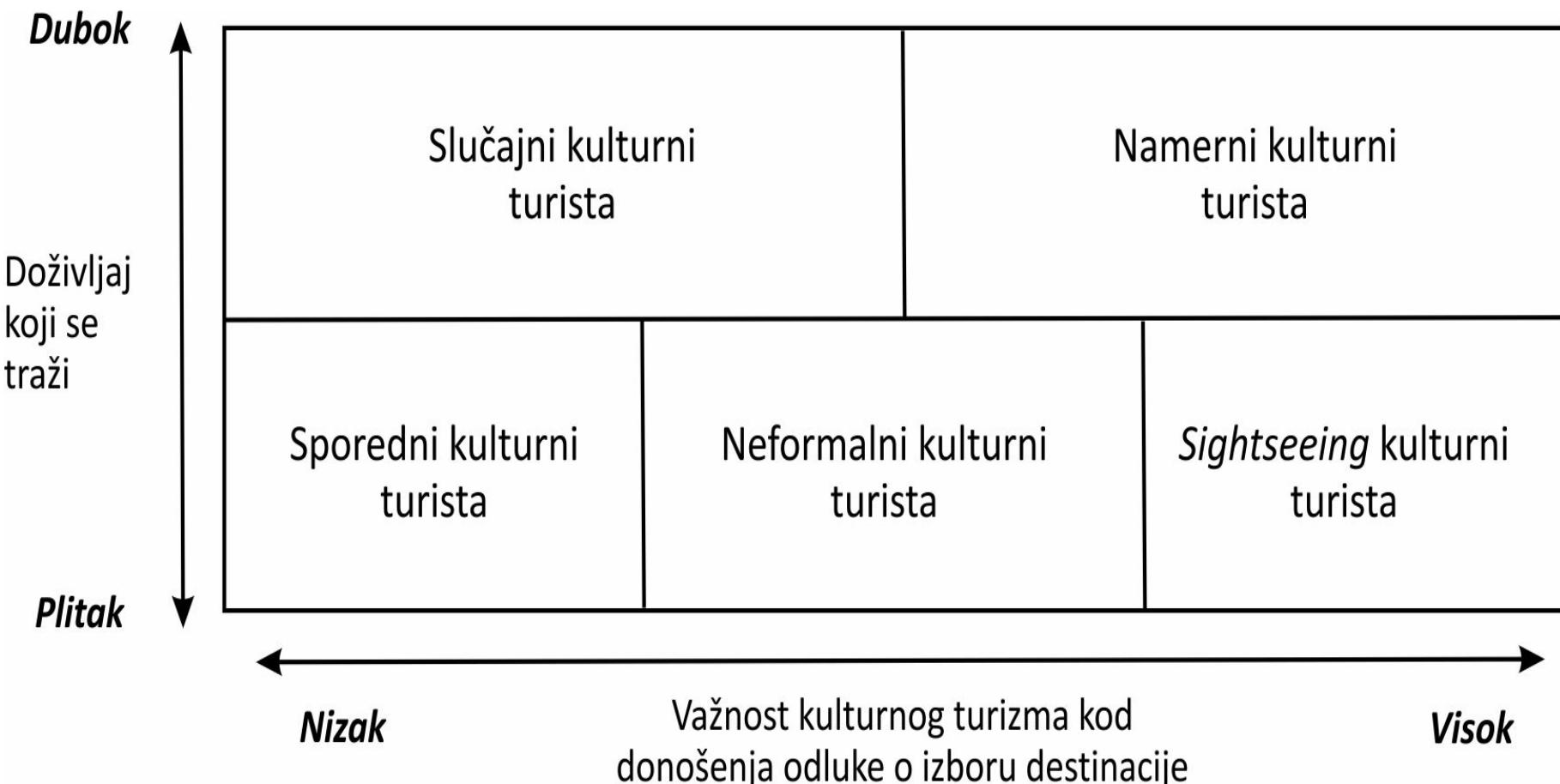
◆ Postoji i sledeća tipologija:

- Turista usputne ili slučajne kulturne motivacije – privučen kulturom (motiv dolaska nije bio kultura, već nešto drugo – npr. kongres, sport i sl.; najčešće je reč o masovnim turistima koji dođu u kontakt sa lokalnom kulturom i usput posete neku kulturnu atrakciju).
- *Must see* turista – inspirisan kulturom (kultura jeste motiv, ali u praksi pokazuje zanimanje samo za velike događaje i ‘grandiozne’ atrakcije, za ono što je ‘u trendu’ i u, suštini, njegova motivacija ne zasniva se na dubljem znanju i stvarnom interesovanju).
- Pravi kulturni turista – motivisan kulturom (kultura kao osnova motivacije; prisustvuje izrazitim kulturnim događajima i posećuje kulturne atrakcije, a izbor destinacije često zaivisi od njegovog posebnog interesovanja).

◆ “Pravi kulturni turista”:

- ima specifična interesovanja,
- viši stepen obrazovanja,
- više zarađuje u domicilnoj zemlji, pa kao turista ima i veću platežnu moć,
- ostvaruje duži boravak u destinaciji i aktivniji je od ‘standardnog’ turiste,
- odlikuje ga individualnost, što se odražava u samostalnoj organizaciji putovanja (bez posredovanja agencija), jer najčešće koristi internet za sticanje različitih informacija, a pre svega da osmisli itinerer, sadržaj i konkretan program svog putovanja.

- ◆ McKercher i du Cros (2002) predlažu sledeću tipologiju koja je često citirana u literaturi:
 - **Namerni kulturni turista** je osoba koja je na putovanje motivisana kulturom i traži neposredan i dubok kulturni turistički doživljaj.
 - *Sightseeing* kulturni turista takođe putuje iz kulturnih razloga, ali mu je doživljaj znatno površniji i uglavnom se sastoji u razgledanju kulturnih atrakcija.
 - **Slučajni kulturni turista** ne posećuje destinaciju zbog kulture, ali na licu mesta ipak ostvari dubok kulturni turistički doživljaj.
 - **Neformalni kulturni turista** ima relativno slab motiv da poseti neku destinaciju radi kulture i dovoljan mu je površni doživljaj.
 - **Sporedni kulturni turista** ne iskazuje motivisanost kulturom kod posete destinaciji, ali ipak posećuje neke kulturne atrakcije koje se tamo nalaze.

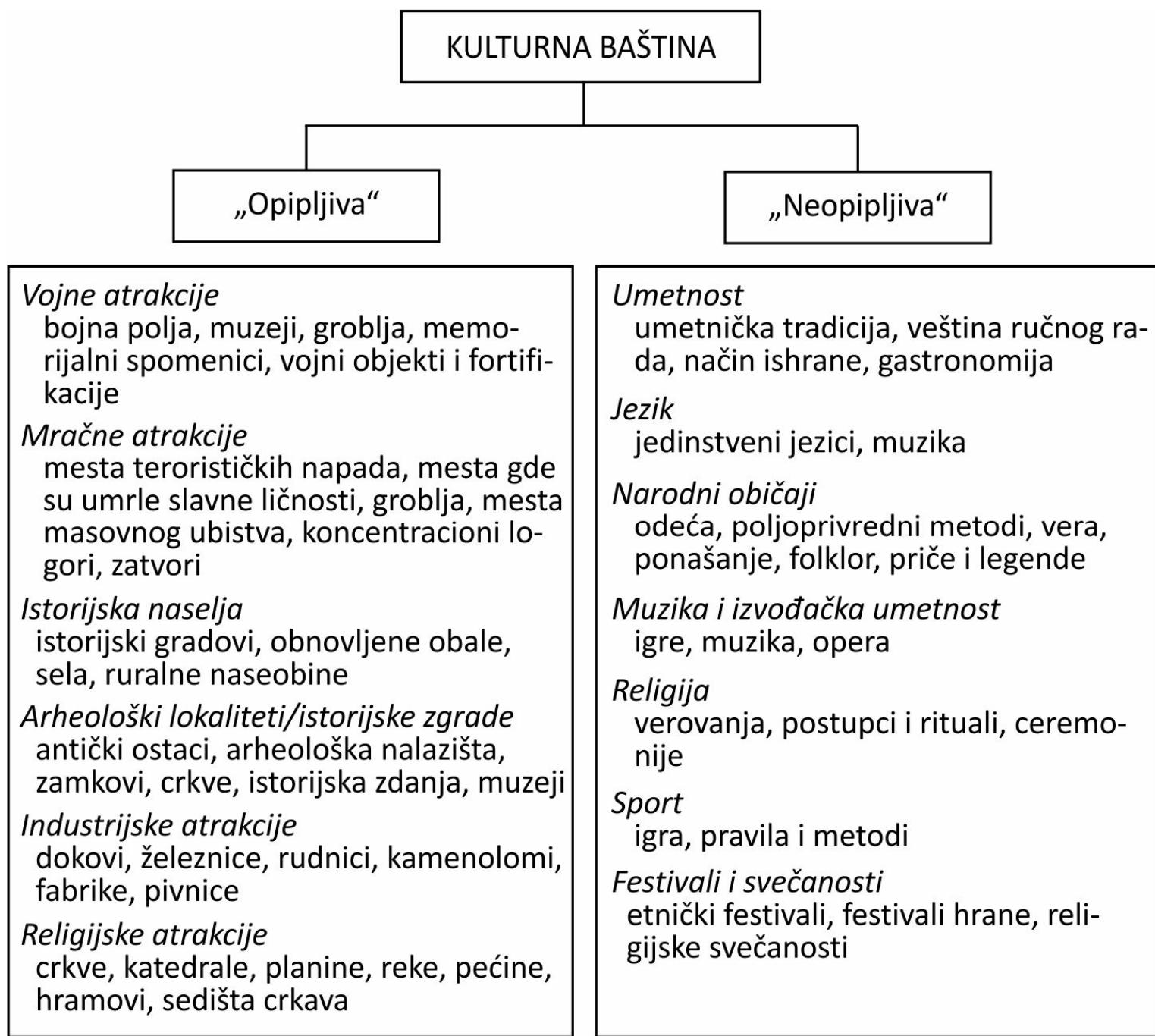


- ◆ Kulturni turizam je složen i višestran fenomen, zbog čega se pristupa njegovoj tipologiji, tj. izdvajaju pojedinih specifičnih podsektora. U tom pogledu, obično se uočavaju sledeći posebni oblici kulturnog turizma, od kojih svaki ima svoje karakteristike od značaja kako za istraživanje, tako i za menadžment u praksi:
 - Turizam baštine (*Heritage tourism*).
 - Umetnički turizam (*Arts tourism*).
 - Kreativni turizam (*Creative tourism*).
 - Domorodački ili etnički turizam (*Indigenous tourism*).
- ◆ Ambijent u kome se odvijaju ovi oblici turizma može biti urbani ili ruralni, prirodni ili antropogen.

Turizam kulturne baštine

- ◆ Fokusiran je kako na materijalne ('opipljive'), tako i nematerijalne resurse, uključujući i način života neke zajednice. Koncept duhovnog, tj. 'neopipljivog' kulturnog nasleđa (jezik, priče, umetnički stilovi, muzika, igre, religiozna verovanja i sl.) postaje sve važniji, zbog čega je UNESCO doneo Konvenciju koja pomaže njegovu zaštitu.
- ◆ Baština ili nasleđe predstavlja savremenu upotrebu prošlosti, što uključuje interpretaciju (tumačenje) i reprezentaciju.
- ◆ Koncept nasleđa sve više se povezuje sa komercijalizacijom (komodifikacijom) 'industrije nasleđa', što izaziva diskusiju o stepenu eksploatacije prošlosti (istorije) kao resursa, u formi nasleđa, za razonodu i turizam.

- ◆ Pojam nasleđa je vrlo širok i obuhvata kako istorijske predmete i građevine, tako i pejsaže za lokalne priče o prošlosti određenog područja. Atrakcije u formi nasleđa su:
 - Građene atrakcije (spomenici, istorijska zdanja, arheološki lokaliteti);
 - religijske atrakcije (crkve, katedrale, hramovi i sl.);
 - industrijsko nasleđe (rudnici, fabrike i sl.);
 - literarno nasleđe (rodna mesta ili kuće čuvenih pisaca);
 - umetničko nasleđe, i
 - različite kulturne atrakcije u formi tradicionalnih festivala, priredbe, folklor i sl.
- ◆ Detaljniju listu elemenata kulturnog nasleđa daje Timothy (2011), koji uzima u obzir dve osnovne grupe: tzv. opipljivu i neopipljivu baštinu.



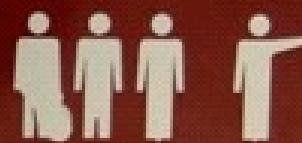
- ◆ Generalno se smatra da turizam eksplatiše kulturnu baštinu, što izaziva odbojnost ‘kulturnjaka’ (menadžment kulturnih atrakcija) prema turizmu. Umesto saradnje, između kulture i turizma često postoji ‘konkurenca’: “Ono što je dobro za zaštitu (nasleđa) nije uvek dobro i za turizam i ono što je dobro za turizam retko je dobro i za zaštitu nasleđa”.
- ◆ U tom pogledu McKercher i du Cros (2002) identifikuju 7 mogućih odnosa između kulture i turizma:
 - potpuna saradnja;
 - radno funkcionisanje;
 - miroljubiva koegzistencija;
 - paralelna egzistencija;
 - blaga nervoza;
 - konflikt u nastanku;
 - potpuni sukob.

- ◆ Nesumnjivo je da masovna turistička poseta može imati niz negativnih posledica na kulturno nasleđe, kao npr.
 - oštećenje materijala (kamena ili mermera na arheološkom lokalitetu, zidova, ulaza i sl.),
 - promene u unutrašnjoj sredini, vлага, prenošenje mikro organizama (npr. umetničke slike, piramida),
 - habanje i cepanje usled dodirivanja i kuckanja površina u enterijerima od strane posetilaca, veći nivo prašine, delom i od obuće posetilaca,
 - gužve i zagadenost vazduha zbog motornih vozila i, naročito, turističkih autobusa u istorijskom jezgru
 - vandalizam, krađa delova originalnog materijala (za ‘suvener’), graffiti,
 - naglo povećanje posete (npr. ulazak na UNESCO WHS listu ili održavanje neke manifestacije) kada ih ne prate određene akcije menadžmenta atrakcije,
 - ‘gubitak karaktera’ zbog prevelike posete (gužve), što onemogućuje doživljaj mnogih posetilaca,
 - nepoštovanje tzv. zaštićene zone atrakcije, tj. lociranje pružalaca turističkih usluga u neposrednoj blizini.

- ΑΠΑΓΟΡΕΥΟΝΤΑΙ ΤΟ ΚΑΠΝΙΣΜΑ,
ΤΟ ΦΑΓΗΤΟ ΚΑΙ ΤΑ ΠΟΤΑ
- SMOKING, FOOD AND DRINK
ARE NOT PERMITTED ON THE SITE



- ΔΕΝ ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ Η ΞΕΝΑΓΗΣΗ
ΧΩΡΙΣ ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΔΕΙΑ
- GUIDING VISITORS WITHOUT
A PERMIT IS PROHIBITED



- ΜΗΝ ΠΑΤΑΤΕ ΣΤΑ ΑΡΧΑΙΑ
- DO NOT STEP
ON THE ANCIENT REMAINS



- ΔΕΝ ΕΠΙΤΡΕΠΕΤΑΙ
Η ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΖΩΑ
- NO PETS OR ANIMALS
ARE ALLOWED ON THE SITE



- ◆ Pojedine atrakcije beleže izuzetno veliku posetu turista, što u praksi izaziva razne probleme i realnu brigu za njihovo očuvanje. To se naročito odnosi na 'lokalitete svetskog nasleđa' (World Heritage Sites) koje, kao takve, označava UNESCO. Takve atrakcije postale su deo masovnog turizma kojim je teško upravljati, pa njihov zajednički brend 'WHS' može izazvati i odbojnost kod učesnika kulturnog turizma.
- ◆ Ipak, sve više se uviđa da turisti kao posetioci obezbeđuju dodatna sredstva koja se mogu usmeriti na programe zaštite i revitalizacije nasleđa, da doprinose popularizaciji kulturnih atrakcija i kod lokalnog stanovništva (svest o vrednosti koja se poseduje) i da njihovo zanimanje za domorodački način života dovodi do obnavljanja nekih lokalnih tradicija (zanati, plesovi i sl.).

'Prestonica kulture' i 'Put kulture'

- ◆ Jedan od projekata kulturnog turizma Saveta Evrope je 'Kulturna prestonica Evrope'. Ovu renomiranu i popularnu akciju inicirala je 1985. godine tadašnja ministarka kulture Grčke, čuvena glumica i pevačica Melina Merkuri.
- ◆ Svake godine jedan od evropskih gradova postaje 'kulturni centar' cele Evrope sa veoma bogatim programom velikih izložbi, gostovanja poznatih umetnika, pozorišnih i muzičkih ansambala iz mnogih zemalja. Tu ulogu je, najpre, imala Atina, a potom i veći broj evropskih gradova. Odluka o izboru kulturne prestonice donosi se više godina unapred, a u pripremi akcije učestvuju razne kulturne institucije i organizacije.
- ◆ Ovaj projekat ima izuzetan značaj, jer 'status' kulturne prestonice garantuje turistima vanstandardnu ponudu kulturnih sadržaja, što ima uticaj i na obim ostvarenog turističkog prometa.

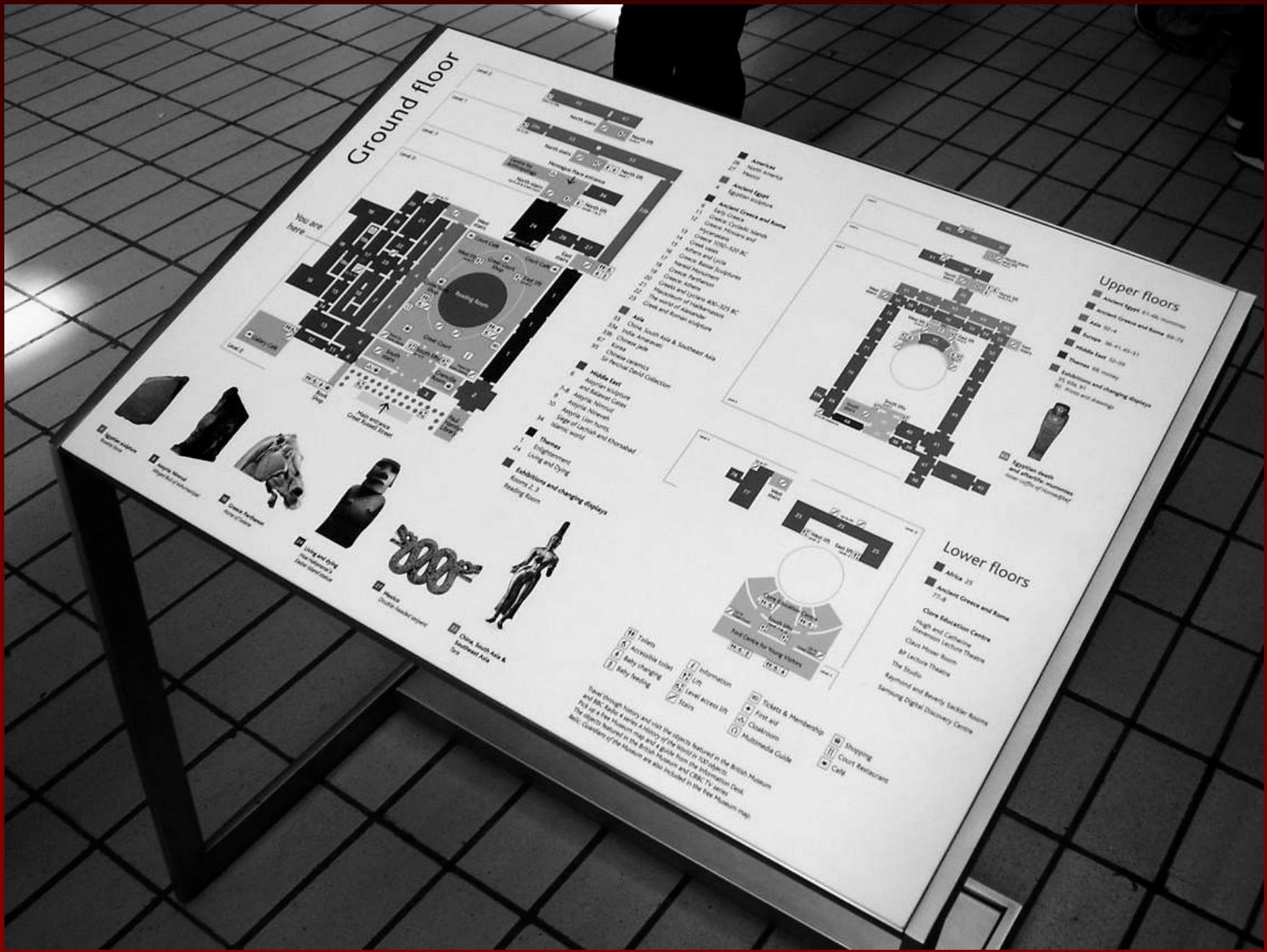
- ◆ Još jedan projekat Saveta Evrope, pokrenut 1987. godine, ima izuzetan značaj za kulturni turizam. U pitanju je 'revitalizacija' evropskih kulturnih itinerera (maršruta).
- ◆ Putevi kulture su tematskog karaktera, a odnose se na razne aspekte kulture (istorija, umetnost, filozofija, način života, tradicija i sl.). Neke od tema su: Víkinzi, Kelti, parkovi i vrtovi, barok, seoski život, hodočašća, vojna arhitektura (utvrđenja i tvrđave) i sl. Svaka tema treba da ukaže na (zajedničke) evropske vrednosti i da u realizaciji 'umreži' više evropskih zemalja.
- ◆ Osim zajedničkih ruta koje 'pokrivaju' više zemalja, pojedine zemlje ostvaruju i svoje, lokalne kulturne rute (npr. dvorci Loare u Francuskoj).
- ◆ Evropski program puteva kulture uključio je u tokove turističkih kretanja, i tri staze kulture Srbije. *Put rimskega imperatora*, *Transromanika* i *Tvrđave Dunava*, tri su puta kroz više od tri civilizacije.

Interpretacija kulturne baštine

- ◆ Postoje razne definicije interpretacije. Po jednima, to je '...bilo koja aktivnost koja ljudima objašnjava značaj nekog objekta, kulture ili mesta' (edukativna aktivnost), dok drugi govore o procesu komunikacije čiji je cilj da se sagovorniku neposredno otkrije značaj prirodnih i kulturnih vrednosti.
- ◆ Kao sredstvo menadžmenta, interpretacija ima cilj da turistima i posetiocima objasni značaj konkretnih resursa, tj. atrakcija u destinaciji i doprinese razumevanju, pozitivnom utisku i divljenju, odnosno svesti o potrebi zaštite prirodne i kulturne baštine.
- ◆ Indirektna interpretacija podrazumeva komuniciranje posredstvom raznih interpretativnih medija i sredstava (plakat, oznaka uz eksponat, plan ili skica, audio ili audio-vizuelni vodič, turistička staza sa oznakama i sl.), dok se neposredna interpretacija ostvaruje u vidu interakcije između interpretatora (vodič, kustos ili informator u vizitorskom centru) i turista.

- ◆ Nasleđe može biti korišćeno u turizmu na više načina. Jedan primer je i tzv. *living heritage* ili *living history*, kada angažovani glumci, najčešće u kostimima, rekonstrušu prošlost pred posetiocima nastupajući u ulozi vladara, vojskovođe, viteza ili neke poznate ličnosti i sl.
- ◆ Interpretacija često krije mogućnost (ne)namerne manipulacije, čak i u slučaju arheologije. Ashworth *et al.* (2007) upozoravaju da ‘arheologija može imati važnu političku dimenziju i biti korišćena za tvrdnje kojima se poriče prethodni boravak određene grupe u nekom području. Dokazi boravka jedne grupe uporno se traže i propagiraju, a oni koji se odnose na drugu ili se ne traže ili se, kada postoje, ignorišu’.

- ◆ Posebno je delikatna interpretacija disonantnog (spornog) nasleđa, tj. kada postoje razmimoilaženja u viđenju prošlosti, oprečna tumačenja istog događaja i spor oko toga šta se „zaista dogodilo“, tj. šta jeste autentično a šta ne (primer: ratovi na prostoru ex-YU).
- ◆ Takođe je delikatna interpretacija tzv. neprijatnog nasleđa (*uncomfortable heritage*), tj. nasleđa koje je neposredno ili posredno povezano sa smrću ljudi, bolom i patnjom bilo da su eksplisitno oličeni u vidu konkretnog mesta (objekta) ili implicitno sadržani u njegovoj prošlosti: mesta ratna razaranja i genocida, prirodnih i drugih velikih nesreća, teroristički napadi, zatvori i kaznionice i sl.
- ◆ Tu se radi o tzv. mračnom turizmu (*Dark tourism*) za koji se koriste i drugi nazivi - *Tanatoturizam*, *Turizam crnih tačaka*, *Turizam žalosti* i sl. (Videti Predavanje 14).



Umetnički turizam

- ◆ Umetnički turizam se odnosi na putovanja koja su motivisana zanimanjem za reproduktivne i vizuelne umetnosti, uključujući operu, balet i umetničke festivale.
- ◆ Umetnost je i u prošlosti bio jedan od motiva za putovanje, naročito u doba tzv. Grand Tour (17-18. vek). Sinovi engleskih aristokrata odlazili su na edukativna putovanja po evropskim zemljama, prevashodno u Italiju i Francusku, u pratnji iskusnih i obrazovanih ‘čičerona’. Osim razgledanja spomenika posećivali su pozorišta, opere, koncertne sale i sl. Podjednako je bilo važno videti takve čuvene zgrade, kao i predstave pod njihovim krovom.
- ◆ I danas su takve institucije popularne turističke atrakcije, često su i ‘zaštitni znak’ nekih destinacija, ono što turista ‘mora videti’, čak i ako lično nije zainteresovan za njihov umetnički proizvod.

Vrsta objekta	Primer
Umetničke galerije	Uffizi (Firenca), Prado (Madrid)
operske kuće	La Scala (Milano), Sidney Opera House
Pozorišta	Broadway (Njujork), Royal Shakespeare Company
Balet	Bolshoi (Moskva)
Klasična muzika	Vienna Konzerthaus (Beč), Symphony Hall (Boston)
Umetnički festivali	Edinburgh Festival

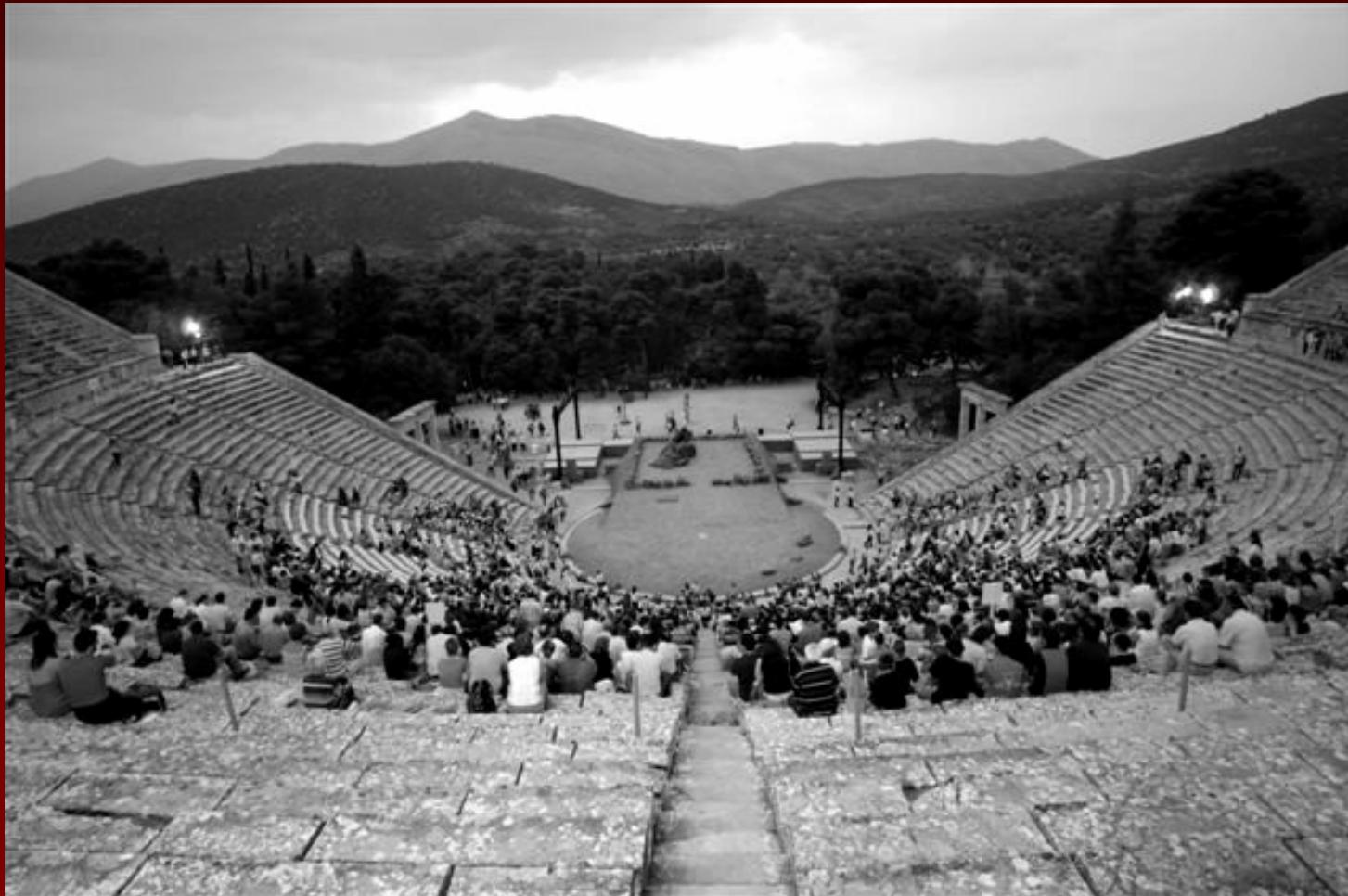
- ◆ U novije vreme se javlja mišljenje da bi kao formu umetničkog turizma trebalo tretirati i oblike popularne zabave, savremene muzičke, pop i rock festivale, kao i etničku umetnost.
- ◆ Kao što je slučaj i sa drugim aspektima kulture i kod umetničkog turizma postoji problem sa definisanjem, pogotovo kada se ima u vidu njegova relacija sa popularnom kulturom. Postavlja se pitanje da li u njega treba uključiti i zabavu u primorskim letovalištima (što je za mnoge masovne turiste deo turističkog doživljaja), da li pop festivali (što je motiv za putovanja mladih) zaista pripadaju umetničkom turizmu? Da li su izložbe umetničkih dela starih majstora atrakcija turizma baštine ili umetničkog turizma?
- ◆ Uprkos ovim i sličnim nejasnoćama, umetnički turizam je izbor određenog broja kulturnih turista, čemu doprinosi i sve veća ponuda, kao i promocija, raznovrsnih umetničkih proizvoda.

- ◆ Smith et al. (2010) smatraju da je rast tražnje u oblasti umetničkog turizma posledica sazrevanja turističkog tržišta. Taj proces uključuje veću zainteresovanost za individualna putovanja motivisana posebnim interesom i potragu sa potpunijim doživljajima, značenjem i identitetom kroz turističke aktivnosti što stimuliše i veće zanimanje za susretom sa umetnošću.
- ◆ Ipak, umetnički turizam je po obimu znatno skromniji od turizma kulturne baštine.
- ◆ Prema jednoj anketi 65% turista posetilo je muzej, 52% neko istorijsko zdanje, 24% umetničku galeriju, 12% pozorišnu predstavu, a svega 5% muzički događaj (klasična muzika).
- ◆ Takav rezultat ukazuje na percepcije turista o tome da je lokalitet nasleđa karakterističan za neko mesto (*site specific*), tj. da predstavlja deo njegovog identiteta i način da se upozna destinacija. S druge strane, umetničke predstave i događaji češće se vide kao nešto što je opšte i globalno.

- ◆ Hughes (2000) daje sledeću tipologiju umetničkih turista:
- ◆ Turista kome je umetnost srž putovanja (*Arts core*) ; on putuje da bi video određenu predstavu ili izvođenje:
 - *Primary arts-related* (donosi odluku o tome unapred);
 - *Multy primary arts-related* (poseta umetničkom događaju ima istu važnost kao i drugi razlozi za posetu destinaciji);
- ◆ Turista sa perifernim zanimanjem za umetnost (*Arts peripheral*); putuje iz nekog drugog razloga ali će na licu mesta rado prisustvovati nekom umetničkom događaju:
 - *Uzgredni arts-related* (umetnički događaj kao sekundarni razlog za posetu destinaciji);
 - *Slučajni arts-related* (donosi odluku da poseti neku predstavu nakon dolaska u destinaciju, na licu mesta; na izbor destinacije nisu uticale umetničke atrakcije).

- ◆ Umetnički turizam donosi nesumnjive koristi kako pojedinim subjektima, tako i destinaciji u celini. Prihodi od prodaje ulaznica turistima mogu biti vrlo značajni. Osim toga, kako se većina umetničkih događaja održava u večernjim satima ostvaruju se i dodatna noćenja turista (produženje boravka). Bogata ponuda raznovrsnih umetničkih događaja doprinosi jačanju imidža destinacije i nudi bolje uslove života lokalnom stanovništvu.
- ◆ S druge strane, mogu postojati i tenzije na relaciji umetnost–turizam. Tako se javlja bojazan da veza sa turizmom može umetnost usmeriti ka trivijalizaciji, neautentičnosti i drugim negativnim uticajima na umetničke forme po sebi. Primećeno je da dominacija turista kao potencijalne publike izaziva hiperprodukciju ‘lakših umetničkih sadržaja’ kao što su muzikli i to na račun ozbiljnijih pozorišnih predstava.

Primer: Festival u Epidaurusu (vidi umetak na str. 107)



Kreativni i hobij turizam

- ◆ Poslednja decenija je period intenzivnog interesovanja za „kreativnost“, koja je nekada bila privilegovani kvalitet limitiranog kruga ljudi. Kreativna ekonomija, kreativne industrije, kreativni poslovi, kreativne klase, kreativni gradovi i kreativni turizam, neke su od oblasti u kojima je koncept bio iskorišćen da određenu oblast dovede u vezu sa inovacijom i imaginacijom.
- ◆ Činjenica je da korišćenje slobodnog vremena postaje sve kreativnije, što prati i rast tzv. kreativnih industrija. Pod tim pojmom podrazumevaju se aktivnosti čije je poreklo u individualnoj kreativnosti, veštini ili talentu i koje imaju značajan privredni potencijal, nudeći mogućnost zapošljavanja kroz kreiranje i korišćenje intelektualne svojine

- ◆ Richards (2011) napominje da kreativnost omogućava turizmu aktivnost, sadržaj i atmosferu dok, zauzvrat, turizam daje podršku kreativnim aktivnostima: sve je jača integracija turizma i kreativnosti, što se ogleda i u tretiranju turizma kao jedne od „kreativnih industrija“.
- ◆ To je i navelo pojedine istraživače da identifikuju poseban oblik turizma (kreativni turizam), koji podrazumeva neposrednu aktivnost turista u kreiranju sopstvenih participativnih i „autentičnih“ doživljaja. Posebne inicijative na planu kreativnog turizma javljaju se u različitim destinacijama, pretežno u velikim gradskim centrima i umetničkim „oazama“ ruralnih oblasti. Takve inicijative, po pravilu, nastaju kao alternativa „serijskim“ sadržajima u kulturnom turizmu.

- ◆ Kreativni turizam je novi vid turizma, a može se definisati kao „učenje, za vreme godišnjeg odmora, neke posebne veštine koja pripada kulturi receptivne zemlje, tj. zajednice“ (Richards; Raymond, 2000). Kreativni turisti razvijaju svoj kreativni potencijal tako što, stupajući u bliski kontakt sa lokalnim stanovništvom, aktivno učestvuju u radionicama i obrazovnim iskustvima inspirisanim kulturom turističke destinacije.
- ◆ UNESCO-va radna definicija kreativnog turizma glasi: „Putovanja usmerena ka angažovanom i autentičnom iskustvu, sa participativnim učenjem u oblasti umetnosti, nasleđa ili posebnog karaktera određenog mesta. On [kreativni turizam] obezbeđuje vezu sa ljudima koji tu stalno žive i stvaraju živu kulturu“

- ◆ Kreativni turizam nudi posetiocima mogućnost da razviju svoje kreativne potencijale kroz aktivno učešće u obrazovnim iskustvima koja su karakteristična za konkretnu turisticku destinaciju. Ključno u kreativnom turizmu je da doživljaj bude aktivan a ne pasivan i da za cilj ima razvoj potencijala pojedinca.
- ◆ Primera radi, interaktivne radionice na Novom Zelandu nude raznovrsna kreativna iskustva: kreiranje rezbarija od kosti ili suvenira od gline ili drveta; učenje o pravljenju srebrnih predmeta, ručno kovanih noževa, umetničkih predmeta od papira, upoznavanje sa proizvođačem vina; pravljenje sira i drugih namirnica. Svaka zemlja može nuditi različite vrste kreativnih doživljaja. Na primer, proizvodnja parfema u Francuskoj, rezbarenje i fotografija u Kanadi, narodna muzike u Meksiku i sl.