



TRADICIONALNE SVETKOVINE KAO KOMPONENTA KULTURNOG TURIZMA SRBIJE

Nikolina B. Kordić¹,
Ljiljana N. Kosar²

¹Student doktorskih studija,
Fakultet za hotelijerstvo i turizam,
Vrnjačka Banja, Srbija

²Visoka hotelijerska škola,
Beograd, Srbija

Rezime:

Postoje različiti načini zadovoljavanja kulturne komponente turističke potrebe. Oni su uslovljeni bogatstvom i raznovrsnošću kulturnog nasleđa. Danas se kulturni turizam povezuje sa doživljajem korisnika. Različita kulturna dobra su istovremeno i turističke atrakcije koje uslovljavaju određena iskustva, odonsno doživljaje. Ovaj rad se bavi nematerijalnim kulturnim nasleđem koje postaje sve značajnija komponenta kulturnog turizma. Razmatra se odnos između kulture, tradicije i turizma. Čini se osvrt na tradiciju koja postaje sve atraktivnija osobina kulturnih dobara. U fokusu rada su tradicionalne svetkovine Srbije koje se tretiraju kao specifične socio-kulturne i etničke manifestacije. Navodi se primer srpskih slava koje kao tradicionalne svetkovine imaju potencijal da postanu aktivna komponenta kulturnog turizma. Pri tome se ukazuje na izlaženje iz uskih porodičnih okvira srpske slave kao tradicionalne svetkovine. Slava više nije isključivo porodična svetkovina, već i svetkovina mesta, grada profesije. Ovakav iskorak ostavlja prostor za valorizaciju ove vrste svetkovine u turizmu., čime bi se obogatila atraktivna osnova kulturnog turizma Srbije i stvorili uslovi za šire tržišno pozicioniranje kulturnog turističkog proizvoda, kako u domaćim, tako i u međunarodnim okvirima.

Ključne reči:

tradicija, kultura, turizam, nematerijalno nasleđe, valorizacija, slava

UVOD

Svakodnevni život troši vitalnu energiju modernog čoveka i umanjuje njegove kreativne sposobnosti, stvarajući tako otuđenog pojedinca koji ima sve više poteškoća u pronalaženju smisla svog postojanja. Iz takve situacije u kojoj se moderni čovek nalazi, rađa se potreba kodifikacije rituala koji pojedinca uvodi u sledeću fazu društvenog života (Petrović, 2000). Ta faza je često povezana sa putovanjima motivisanim traganjem za tradicijom i kulturom drugih naroda, ali i sopstvenih korena. Polazni osnov za dalja razmatranja postavljena temom ovog rada predstavlja odnos između tradicije i kulturnog turizma, pre svega u kontekstu motivacije turista da učestvuju u tradicionalnim svetkovinama koje doživljavaju kao turističke atrakcije. Tradicionalne svetkovine u Srbiji nisu samo njeno kulturno blago, već ih treba tretirati i kao turističke resurse, ili, u početnoj fazi razvoja, kao turističke potencijale. Cilj rada je da se ukaže na značaj tradicionalnih svetkovina za razvoj

Correspondence:
Ljiljana N. Kosar

e-mail:
ljiljana.kosar@gmail.com



turizma Srbije, pre svega njegove kulturne komponente. Korišćenjem deskriptivnog i analitičko-sintetičkog metoda ocenjuju se potencijalne mogućnosti plasmana tradicionalnih svetkovna kao specifičnih kulturnih turističkih proizvoda, kako na domaćem, tako i na međunarodnom tržištu.

TRADICIJA I KULTURNI TURIZAM

Tradicijom se smatra kolektivno društveno nasleđivanje određenih ljudi, kulture, društva ili grupe. U tom smislu ona predstavlja referentnu tačku kolektivnog identiteta (Škorić *et al.*, 2008). Postoje različita porekla i polja tradicije. Ona može da se odnosi na: oblike kulturno-umetničkog nasleđa, verovanja ili običaje koje su pokrenule i održavale države, kao što su nacionalne himne i nacionalni praznici, verovanja ili običaje koji se održavaju religijskim denominacijama i crkvenim telima koja dele istoriju, običaje, kulturu i učenja.

Tradicionalno društvo bilo je ozbiljno uzdrmano pred promocijom globalne kosmopolitske kulture i savremenog stila života. Međutim, ne znači da tradicija nestaje uvođenjem post-tradicionalnog društvenog poretka. Pod uticajem globalizacije i kosmopolitizma dolazi do slabljenja fundamentalizma religije i etničkog identiteta. Nasuprot tome afirmišu se dinamički način života, koji podrazumeva promene, inovacije, povećanu mobilnost i diskontinuitet u svakodnevnicu. Moderno društvo pokazuje revolt prema tradicionalizmu. U tom smislu nostalgija za prošlim vremenima, pre svega ako je lišena kritičnosti i vremenske distance, lako može da sklizne u negaciju sadašnjosti i strah od budućnosti. Današnjica se u socio-kulturnom smislu u mnogim zemljama, a posebno na Balkanu, odlikuje teorijskom i ideološkom razapetošću između retradicionalizacije i modernizacije (Štrbac, 2008). Jasno je da nijedna krajnost ne donosi ništa dobro – kako vraćanje na stare, preživjele i prevaziđene obrasce života tako ni odbacivanje svega što je tradicionalno i njegovo kvalifikovanje kao retrogradno.

Socijalni i kulturni progres zasnivaju se na tradiciji. To znači da se bavljenje kulturom u današnje vreme bazira na sagledavanju prošloga u kulturi, na kulturnom nasleđu, na predanju, na razumevanju onoga što je bilo, jednom rečju na tradiciji. Poznavanje i poštovanje tradicije treba da podstiče potrebu za upoznavanjem drugih kultura, za saradnjom sa drugima i drugačijima pa i za nalaženjem zajedničkih interesa sa narodima iz bližeg ili šireg okruženja (Božilović, 2010). Složenost odnosa prema tradiciji ogleda se u činjenici da on može biti ambivalentan. Ova ambivalentnost se ispoljava u nekritičnosti, melanholiji i nostalgiji u odnosu na prošla vremena. Ovakav „nezdrav“ odnos prema tradiciji u današnje vreme je u ekspanziji. S druge strane, nezdravo je i potpuno distanciranje od tradicije, kao druga krajnost. To ukazuje na neshvatanje ogromnog značaja tradicije za razumevanje postojanja, za prepoznavanje identiteta i uspostavljanje odnosa među generacijama (Božović 2002).

Bez obzira na složen trenutak po pitanju odnosa između savremenog i tradicionalnog, turisti i dalje imaju više ili manje izraženu potrebu za upoznavanjem tradicije i kulture drugih naroda, što posebno dolazi do izražaja kod „turističkih istraživača“ i „turističkih litalica“ (Cohen, 1974). Ovde se postavlja pitanje autentičnosti turističkih atrakcija. Ako turista traga za istinom i smislom života, u nadi da će ih otkriti na putovanju, onda se autentičnost ne dovodi u pitanje. Ako turista traga za prijatnim turističkim doživljajima kojih treba da je što više i koji treba da su što različitiji od domicilne svakodnevnice, onda autentičnost i ne mora biti u prvom planu. U tom smislu, turizam, predstavlja upakovano neautentično iskustvo (Boorstin, 1964). Radi se o autentičnosti postavljenoj na pozornicu (*staged authenticity*) kako bi turistička publika uživala u njoj (MacCannel, 1973).

Turista s kraja druge dekeade 21. veka, kao digitalno pismen, informisan, obrazovan i zahtevan pripadnik informatičkog društva (Kosar and Rašeta, 2005) očekuje više od „upakovanog neautentičnog iskustva“. On, kao aktivan učesnik u kreaciji kulturnog turističkog proizvoda, prepoznaje razliku između izveštačenosti i autentičnosti, okrećući se tradiciji kao jednoj vrsti garanta originalnosti. U fokusu je turistički doživljaj, odnosno iskustvo turista. U tom smislu, razvoj kulturnog turizma počiva na primarno motivisanom turisti (Čomić, 2014), odnosno tipu turista koji je u stalnoj potrazi za novim iskustvima i koji u celosti pokušava da iskoristi svoje putovanje uživajući u mogućnostima koje mu ono nudi i koji dubinski i sa više aspekata istražuje prostor koji posećuje.

Međutim, turizam sa popularizacijom mesta koje je upravo tradicijom privuklo brojne posetioce, može da se ispolji kao njena negacija, upravo komercijalizacijom. Ponekad pokušaj da se mesto učini što pogodnijim za



turiste može dovesti do promene lokalnih tradicija, prilagođavajući ih turistima radi veće dobiti. S tim u vezi je i aktivnost lokalnog stanovništva da pribavi proizvode za koje smatra da su turisti na njih navikli i da su im potrebni. Tako dolazi do gušenja tradicije, pa i lokalno stanovništvo pod uticajem turizma, odnosno ponašanja turista, često napušta tradicionalne i stiče nove navike (Šuràn, 2016).

TRADICIONALNE SVETKOVINE KAO NEMATERIJALNO KULTURNO NASLEĐE SRBIJE

Kultura se u suštini može predstaviti kao društvo u celini, sa svim njegovim vrednostima, verovanjima i ideologijom izraženim kroz jezik, običaje i objekte (Forrest, 2007). Nasleđe se, međutim, odnosi na ono što smo primili, nasledili od predaka ili prethodnika i što mi prenosimo narednim pokoljenjima. Kulturno nasleđe sačinjavaju predmeti i tradicije u kojima se ogledaju način života i razmišljanja određenog društva, koji svedoče o njegovim intelektualnim i duhovnim dostignućima (Prot, 2007). Nematerijalno kulturno nasleđe može se posmatrati sa više različitih aspekata, kao što su religiozni, etički, emocionalni, estetski, ekonomsko-komercijalni. Nematerijalno kulturno nasleđe religijskog karaktera obojeno je tradicijom, odnosno prenošenjem vere, verovanja i veroispovednih običaja s generacije na generaciju. Etička dimenzija nematerijalnog kulturnog nasleđa tangira događaje iz prošlosti, najčešće povezane sa herojstvom slavnih sunarodnika, koji bude ponos i afirmišu etičke vrednosti. Nematerijalno kulturno nasleđe u formi manifestacija (muzika, pesma, igra) podstiče estetski, ali i emocionalni doživljaj.

Turizam je važan faktor podsticanja oporavka izgubljenih ili ranije omalovažavanih običaja i tradicija. Ovo omalovažavanje je posledica elitističkog pristupa kulturi. Sklonost ka izjednačavanju kulture sa civilizacijom dovodi do mišljenja da su neke zemlje civilizovanije od drugih kao i da su i neki ljudi kulturniji od drugih. Elitistički pristup kulturi odnosi se na elitna dobra i aktivnosti kao što su visoka moda ili muzejska umetnost i klasična muzika (Vuksanović, 2014). S tim u skladu kao kulturni označavaju se oni ljudi kojima su bliske navedene aktivnosti čiji su oni akteri. Sa ovakvim pristupom je u vezi i proces kultiviranja koji se može odnositi na stav da je klasična muzika otmenija od populističke (turbo folk). Zagovornici ovakvog pristupa ne podržavaju postojanje posebnih kultura i njihovih specifičnih vrednosti, pa se kulturna različitost u stvari tretira kao odsustvo kulture. S druge strane, ponašanje ljudi sa nedostatkom "kulture" obično se smatra "prirodnijim", pa je upražnjavanje „visoke kulture“ često podložno kritici zbog potiskivanja "ljudske prirode". Elitistički pristup kulturi je u današnje vreme prevaziđen, posebno u kontekstu reafirmacije tradicije i nematerijalnog kulturnog nasleđa u formi običaja, religije, narodnih verovanja i sl. Danas mnogi stručnjaci iz ove oblasti odbacuju monolitno shvatanje kulture i negiraju suprotnost između kulture i ljudske prirode. Neelitnim kulturama se priznaje egzistencija i njihov status se izjednačava sa elitnim. Dominacija zapadne kulture i civilizacije slabi pred snagom multikulturalizma, pa se kulturna različitost izdiže iznad nekulturnog. Prihvatljivi su kontrasti između „visoke“ i „popularne“ kulture. Stvara se šaroliko kulturno okruženje na različitim nivoima, prevashodno etnički i tradicionalno obojeno, koje postaje privlačno i stiče svojstva turističke atrakcije. Na taj način treba tretirati i nematerijalno kulturno nasleđe Srbije.

Nematerijalno kulturno nasleđe Srbije čine: tradicionalna znanja, veštine i umeća, tehnike i prakse, kao i njima pripadajući predmeti, instrumenti, artefakti i kulturni prostori koji se tiču specifične proizvodnje svojstvene zajednici koja to znanje i/ili znanja nosi; osobe ili grupe koje se izdavaju kao jedinstveni nosioci specifičnih znanja i umeća - živi čuvari nasleđa; tradicionalni običaji, obredi i svečanosti povezani sa religioznošću, radom, zabavom i drugim značajnim momentima društvenog i privatnog života pojedinaca i zajednica kao deo njihovog kulturnog identiteta, kao i njima pripadajući predmeti, instrumenti, artefakti i kulturni prostori; usmena tradicija, izrazi i jezik na kojima oni nastaju i izvode se, kao i samo izvođenje ovih predanja i izraza i njima pripadajući predmeti, instrumenti, artefakti i kulturni prostori; tradicionalne izvođačke umetnosti i njima pripadajući predmeti, instrumenti, artefakti i kulturni prostori (<http://www.nkns.rs/cyr/elementi-nkns?page=3>).

Mnogi običaji i verovanja su opstali do današnjih dana. Namena narodnih običaja je različita i može se odnositi na potrebu da se zaštiti zdravlje ukućana, da se sačuva i poveća porod i imovina, da se dozove kiša, da se pridobije voljena osoba, da se izlači bolest, itd. (Živković, 2010). Običaji su se u srpskom narodu množili, dopunjavali i menjali, prenosili s generacije na generaciju. Tradicionalne svetkovine objedinjuju kompleks različitih običaja i u njima se ogleda raznovrsnost i bogatstvo nematerijalnog kulturnog nasleđa Srbije.



Krsna slava je najrasprostranjenija tradicionalna svetkovina srpskog naroda. Nalazi se na UNESCO-voj listi nematerijalnog kulturnog nasleđa (<https://ich.unesco.org/en/RL/slava-celebration-of-family-saint-patrons-day-01010>). Tretira se kao kompleks ritualnih i socijalnih praksi kojima porodica slavi sveca za kojeg veruje da je njen zaštitnik i davalac blagostanja. Pored svetitelja i slave koju slavi svaka porodica, zajednička slava svih parohijana i vernika koji pripadaju određenom hramu u mestu u kome žive, jeste hramovna slava te crkve. Svaki hram je posvećen nekom svetitelju, ili prazniku, i on na taj dan slavi svoju hramovnu slavu.

Slava seoske crkve i čitavog mesta dobija različite forme. Pored obrednog dela koji se obavlja u crkvi, moguće je trpezu organizovati i na imanju uglednijih domaćina, kada svetkovini prisustvuju i zvanice iz okolnih sela. Svetkovina se odlikuje dodatnim sadržajima, tj. pesmom i igrom, po završetku ručka. Dakle, za seosku slavu se organizuje panadur (Trifunoski, 1996), koji je prilika da se revitalizuje izvorno narodno stvaralaštvo, a pre svega folklor.

Postoji još jedna vrsta seoske slave, koja odražava celinu seoske zajednice i koja nije praćena ritualima. To je ortija koja je prevashodno zabavnog karaktera. Njena svrha je druženje i jačanje zajedništva meštana, kao i očuvanje tradicije pripreme lokalnih gastronomskih specijaliteta.

Pojedina mesta imaju svoju slavu koja se zove preslava ili zavetina. Pojedine preslave poreklom su od napuštenih domazetskih slava, dok su druge nastale od nekog zaveta: zbog bolesti, elementarnih nepogoda i sl. U tradiciji, srpskog naroda je takođe svetkovina slave od strane različitih organizacija - zanatlijskih udruženja, esnafa, preduzeća, sportskih klubova, zajednica, raznih profesionalnih društava. Ove organizacije za svoga pokrovitelja i zaštitnika uzimaju nekog svetitelja koji je prikladan određenoj delatnosti ili zanimanju (<https://svetosavlje.org/srpske-slave-i-verski-obicaji/47/>).

Srpske slave su tradicionalne narodne svetkovine koje ilustruju običaje religijskog i etničkog karaktera. Religiozni koreni ovih svetkovina utiču na njihovu etičku dimenziju, potrebu za očuvanjem u izvornom obliku, odnosno za prenošenjem s generacije na generaciju, što podrazumeva tradicionalnost. Kompleksnost ovih svetkovina ogleda se u tome što one uključuju i neke umetničke komponente nematerijalnog kulturnog nasleđa, kao što su razne, takođe tradicionalne veštine pevanja, sviranja, igranja, pripovedanja (guslanje - solističko pevanje narodnih epskih pesama u desetercu koje pevač izvodi prateći se na guslama, tradicionalnom jednožičanom instrumentu; groktalica - specifičan način pevanja uz potresanja glasa koji se zvučno zapaža kao izrazitiji vibrato; pevanje iz vika - dvoglasno pevanje koje se ispoljava kao heterofono bordunski vokalni oblik; erski humor - forma usmenog izražavanja, kao specifičan način šaljivog odnosa prema stvarnosti, karakterističan za područje Zlatiborskog kraja; kolo - veoma rasprostranjena narodna igra u aktuelnoj igračkoj praksi Srbije i vitalan oblik tradicionalne kulture; rumenka - igra u kolu, koju odlikuju simetrija i bogaćenje igračkog obrasca različitim dodacima: usitnjavanjem koraka u jednom taktu, poskocima i sl.; sviranje na gajdama - solistička praksa sviranja na dvoglasnim i troglasnim gajdama; sviranje na fruli - najtipičnijem i najrasprostranjenijem duvačkom instrumentu u muzičkoj praksi Srbije; sviranje na kavalu - dugačkoj polupoprečnoj svirali; pevanje vranjanske gradske pesme - *a cappella* i u vokalno-instrumentalnim aranžmanima; pirotsko pripovedanje - verbalno umetničko izražavanje u prozi i stihu na pirotskom govoru srpskog jezika). Navedene veštine takođe čine važan deo nematerijalnog kulturnog nasleđa Srbije. One su tradicionalne, neguju se i prenose s generacije na generaciju. Njihova afirmacija moguća je pre svega uključivanjem u sadržaje narodnih svetkovina. Na taj način svetkovine poprimaju karakter tradicionalnih manifestacija koje se dalje obogaćuju i odgovarajućom gastronomskom ponudom.

VREDNOVANJE TRADICIONALNIH SVETKOVINA U KULTURNOM TURIZMU SRBIJE

Tradicionalne svetkovine predstavljaju značajan potencijal u razvojnom procesu kulturnog, pre svega etničkog turizma. Etnički turizam je u stvari varijanta kulturnog i on omogućava turistima da se upoznaju sa običajima, tradicijama, navikama, sposobnostima, ritualima i umetničkim proizvodima tipičnim za zajednice nosioce društveno-antropoloških osobina i elementa, bitno različitih od onih koji pripadaju njihovoj domicilnoj teritoriji (Smith, 1977). Pitanje plasmana tradicionalnih svetkovina u kulturnom turizmu Srbije jeste pitanje njihove transformacije od potencijala do turističkih vrednosti.



Turističke vrednosti su u mnogo slučajeva, polivalentne što otežava njihovo vrednovanje. O jednoj turističkoj vrednosti moguće je iskazati više različitih vrednosnih stavova, što je sasvim opravdano. Pri tome se moraju jasno definisati retkost, korisnost i uloženi rad (Stanković, 2016). Retkost je važna osobina turističkog resursa i jedan od ključnih elemenata njegovog vrednovanja. Retkost se može posmatrati i kao posebnost i izuzetnost. Retkost, praćena izuzetnošću, posebnošću i tradicionalnošću, jasno se ispoljava na primeru srpskih tradicionalnih svetkovina, pre svega religioznog karaktera, kao što su srpske porodične, hramovne i ostale slave. Slavski obred učvršćuje religijski i etnički identitet i podržava kulturnu raznolikost.

Sa aspekta analize korisnosti tradicionalne srpske svetkovine svojom kompleksnošću mogu da zadovolje turističke potrebe koje se odnose na: traganja za novim saznanjima u vezi sa različitim kulturama, religijama i običajima; otkrivanje sopstvenih etničkih korena; želju za upoznavanjem i razumevanjem različitosti; bekstvo od svakodnevnice; zabavu, razonodu, *estetska* i umetnička iskustva.

Transformacija tradicionalnih srpskih svetkovina u turističke resurse, odnosno realne turističke vrednosti, zahteva uloženi rad, tj. izgrađenost turističko-ugostiteljske privrede, tačnije njene materijalne osnove i organizaciono-kadrovske nadgradnje. Drugim rečima, potrebno je oblikovati kulturni turistički proizvod koji će sadržati i tradicionalne svetkovine kao sastavnu komponentu. U Srbiji postoje brojne turističke manifestacije etnografskog i verskog karaktera, koje afirmišu tradicionalne vrednosti Srbije. Etnografske manifestacije se često povezuju sa verskim. One obično predstavljaju dopunske sadržaje verskim manifestacijama. Na taj način se promovira srpsko nasleđe i tradicija. Tradicionalne svetkovine često uključuju smotre izvorne narodne muzike i ostalog narodnog stvaralaštva, izložbe starih zanata, ponudu starih nacionalnih jela. Tradicionalne svetkovine Srbije oblikovane u turistički proizvod moguće je ilustrovati na primeru manifestacije „Velikogospojinski dani“ (Bjeljac, 2010), koja se održava svake godine u Novom Bečeju. Manifestacija je izvorno verskog karaktera i ubraja se u tradicionalne svetkovine, s obzirom da je posvećena prazniku Uspenja Presvete Bogorodice koji se u Srbiji obeležava 28. avgusta. Tradicionalni sakralni elementi ovog turističkog proizvoda ogledaju se u večernjoj litiji koja se organizuje 27. avgusta i koja prolazi kroz Novi Bečej. Elementi tradicije i kulture ovog kraja ogledaju se u etno bazaru, Velikogospojinskom poljo-festu, paradnoj konjskoj zaprezi, kuvanju riblje čorbe u okviru Gospojinskog kotlića, smotri tamburaških orkestara (<http://www.novibecelj.rs/index.php/turizam/gospojina/program-gospojine-2018>). Ostali dodatni sadržaji teže da pomire tradiciju i savremenost, pa se organizuju koncerti popularne muzike, zabava za decu i sl. Navedeni primer pokazuje da u ovom trenutku nije realno očekivati da tradicionalne religiozne svetkovine ovog tipa budu samostalni turistički proizvod. Sinergija retkosti i korisnosti zahteva povezanost sa drugim, pre svega kulturnim dobrima, etničkim tvorevinama i manifestacijama određenog profila, da bi se oformio kompleksan turistički proizvod, u kakav upravo izrasta manifestacija „Velikogospojinski dani“.

ZAKLJUČAK

Postoje realne mogućnosti da se u formi manifestacija turistički profilu etničke odlike – rukotvorine, folklor, gastronomski specijaliteti, religijski obredi, tradicionalne svetkovine, da se na taj način integrišu i oblikuju nacionalni identitet srpskog naroda. Za sada su ove manifestacije uglavnom lokalnog, odnosno regionalnog, a znatno ređe nacionalnog karaktera. Širenje njihove kontraktivne zone, pre svega u smislu privlačenja međunarodne klijentele, zahteva unapređenje materijalne osnove i organizaciono-kadrovske podrške, pre svega u domenu marketinga, odnosno iznalaženja zainteresovanih tržišnih segmenata. U tom procesu od značaja je bliskost jezika i kultura, kao i pripadnost pravoslavnoj religiji, pa se, s tim u vezi, može očekivati plasman na turističkom tržištu Balkana. Značajan turistički segment mogu biti i Srbi iz dijaspe, kojima do sada nije poklanjana adekvatna pažnja.

Gradski turizam tipa *city break*, veoma je popularan u međunarodnim razmerama i to među različitim tržišnim segmentima. U tom smislu i Beograd se veoma dobro pozicionirao na međunarodnom turističkom tržištu kao popularna destinacija. Svoju poziciju može još da unapredi oblikovanjem turističkih aranžmana koje uključuju prisustvo turista gradskoj slavi, ali i slavama hramova u okolini grada, koji, pored religiozne dimenzije svetkovine, uključuju i prateće zabavne sadržaje, pre svega etničkog karaktera.



Oživljavanje tradicije slava pojedinih profesija i kompanija, takođe otvara nove mogućnosti plasmana u turizmu. Negovanje dobrih partnerskih odnosa i poslovne saradnje može se dopuniti prisustvom predstavnika saradničkih kompanija na slavskim svetkovinama, čime se one uključuju i u poslovni turizam.

Širenju potencijalne turističke klijentele tradicionalnih srpskih svetkovina pogoduje adekvatna prezentacija na elektronskim medijima, ali deljenje turističkih iskustava na društvenim mrežama. Ono što ostaje od turističkog doživljaja nudi se kao društveno važna dimenzija nematerijalne potrošnje. Doživljeno postaje društveno značajno jer se može sačuvati i podeliti sa drugima na društvenim mrežama. Deljenjem se, u stvari traži neka vrsta priznanja ostalih sugrađana. Ipak, važno je istaći da se deljenju turističkog iskustva na društvenim mrežama može prići uz uvažavanje preciznog kodeksa selekcije i evaluacije. Na taj način turističko iskustvo je oblikovano i dovedeno do dokumentiranog ostvarenja jer je namenjeno demonstrativnoj spoznaji. Drugim rečima, deljenje na društvenim mrežama može doprineti popularizaciji zaboravljenih tradicija. Dakle, pred turističkim stručnjacima, uz punu saradnju sa teolozima, istoričarima, sociolozima kulture i religije, psiholozima, istoričarima umetnosti, antropolozima, otvara se prostor za punu turističku afirmaciju srpskih tradicionalnih svetkovina i pratećih sadržaja.

LITERATURA

- Bjeljac, Ž. (2010). *Turističke manifestacije u Srbiji*. Beograd: Geografski institut "Jovan Cvijić" SANU
- Boorstin, D. (1964). *The image. A guide to pseudoevents in America*. New York: Atheneum <http://articles.latimes.com/2012/apr/15/entertainment/la-ca-neal-gabler-20120415> (pristup 15.07.2018.)
- Božilović, N. (2010). Tradicija i modernizacija (evropske perspektive kulture na Balkanu). *SOCIOLOGIJA*, LII (2), 113-126. DOI:10.2298/SOC1002113B
- Božović, R. (2002). *Dominacija i otpor*. Beograd: Čigoja štampa
- Cohen, E. (1974). Who is a Tourist? A conceptual clarification. *The Sociological Review*, 22(4), 527-554. DOI:10.1111/j.1467-954X.1974.tb00507.x
- Čomić, Đ. (2014). Kulturološki aspekti turizma. *Hotellink* 23-24, 166-180.
- Forrest, C. (2007). The Doctrine of Military Necessity and the Protection of Cultural Property during Armed Conflicts. *California Western International Law Journal*, 37(2), 177-219.
- Kosar, Lj., & Rašeta, S. (2005). *Izazovi kvaliteta: menadžment kvaliteta u hotelijerstvu*. Beograd: Viša hotelijerska škola.
- MacCannel, D. (1973). Staged Authenticity: Arrangement of Social Space u Tourist Settings. *American Journal of Sociology*, 79(3), 586-603.
- Nematerijalno kulturno nasleđe Srbije. (2015). *Lista elemenata nematerijalnog kulturnog nasleđa Srbije*. Preuzeto 22. jula 2018. sa <http://www.nkns.rs/cyr/elementi-nkns?page=3>
- Novi Bečej. (2018). Velikogospojinski dani - Gospojina 2018. Preuzeto 19. septembra 2018. sa <http://www.novibecej.rs/index.php/turizam/gospojina/program-gospojine-2018>
- Petrović, S. (2000). *Antropologija srpskih rituala*. Niš: Prosveta.
- Prott, L. V. (2007). Hunting as Intangible Heritage: Some Notes on Its Manifestation. *14 International Journal of Cultural Property* 385. DOI:10.1017/S0940739107070245
- Škorić, M., Sokolovska, V., & Žolt, L. (2008). *Tradicija, jezik, identitet*. Novi Sad: Mediterran Publishing
- Smith, V. (1977). Hosts and Guests. *The Anthropology of tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press. <http://www.upenn.edu/pennpress/book/1799.html> (pristup 09.07.2018.)
- Stanković, M. S. (2016). Teorijske osnove turističke valorizacije. *Zbornik radova - Geografski fakultet Univerziteta u Beogradu*, 64, 5-46. DOI:10.5937/zrgfub1664005S
- Štrbac, L. (2008). Uticaj globalizacije na strukturalne, političke i kulturne promene u Srbiji, *NOVA SRPSKA POLITIČKA MISAO. Posebno izdanje 1/2008. KULTURNA POLITIKA U SRBIJI*, 27-44. <http://www.nspm.rs/pdf/posebna-izdanja/kulturna-politika.pdf> (pristup 14.08.2018.)
- Šurán, F. (2016). *Slobodno vrijeme, putovanje i turizam: sociološki pristup*. Buje-Buie: Happy, http://www.informo.hr/fileadmin/KNJIGA-Slobodno_vrijeme_putovanje_turizam-socioloski_pristup.pdf (pristup 11.08.2018.)
- Svetosavlje. (2012). Srpske slave i verski običaji. Preuzeto 04. avgusta 2018. sa <https://svetosavlje.org/srpske-slave-i-verski-obicaji/47/>



- Trifunoski, F. J. (1996). Porodična slava i slične slave u Ohridsko-Struškoj oblasti. *Glasnik Etnografskog instituta SANU. Knj. XLV*, 155-160.
- UNESCO. (2014). *Slava, celebration of family saint patron's day*. Preuzeto 20. jula 2018. sa <https://ich.unesco.org/en/RL/slava-celebration-of-family-saint-patrons-day-01010>
- Vuksanović, D. (2014). Kultura: modeli i vrednosti. *Arhe XI*, 22, 9-19, DOI:10.19090/arhe.2014.22
- Živković S.(2010). Tradicija, običaji, kultura, vera. Preuzeto 27. jula 2018. sa http://slobadidi.blogspot.com/2010/09/blog-post_05.html

TRADITIONAL FESTIVITIES AS A COMPONENT OF CULTURAL TOURISM IN SERBIA

Abstract:

There are various ways to satisfy the cultural component of a tourist need. They are conditioned by the richness and diversity of cultural heritage. Today, cultural tourism connects with the user experience. Different cultural goods are at the same time tourist attractions that condition certain experiences, i.e. adventures. This paper deals with the immaterial cultural heritage that is becoming an increasingly important component of cultural tourism. The relationship between culture, tradition and tourism is considered. The paper deals with tradition that has become an increasingly attractive feature of cultural goods. The focus of the paper are the traditional Serbian festivities that are treated as specific socio-cultural and ethnic manifestations. An example of Serbian saint's days is emphasized and it is said that they have the potential to become an active component of cultural tourism. Serbian saint's day as traditional festivity came out of narrow family frames. Such a step forward enables the valorization of this type of festivity in tourism, which would enrich the attractive basis of cultural tourism in Serbia and create conditions for wider positioning of cultural tourist product, both on the domestic and international market.

Keywords:

tradition, culture, tourism, valorization, saint's day