

МУЗЕОЛОГИЈА

Оригиналан научни рад

УДК 069.01:316.7(497.11)

338.48-6:069(497.11)

ГЕМ 73/2009 (157–177)

Марко Стојановић

МУЗЕЈИ И ТУРИЗАМ: НЕМАТЕРИЈАЛНО КУЛТУРНО НАСЛЕЂЕ

– концептуализација студије случаја –

Туристичке атракције, првенствено осмишљене кроз такмичења у изловљавању рибе сом традиционалним и/или савременим вештинама, као и фолклористичку примену народних знања и веровања, разноликошћу концептуалних одређења, модела организације и реализације, те обликовању и усмеравању релација између интересних и циљних група, указују на различита значења настала у репрезентацији нематеријалног наслеђа. Тумачења у историјском, као и данашњем кључу заштите и очувања културних добара, а поготову на темељима популарне културе насталих „читања наслеђа“ у туристичкој понуди – у оквирима трансформација друштвено-културног система и тренутног процеса транзиције – наводе на разматрање могућности за позиционирање будућих музеолошки детерминисаних модела у средишњу и доминирајућу улогу током осмишљавања туристичких дестинација, атракција и пратећих програма.

Кључне речи: *антропологија туризма, нематеријално наслеђе, интердисциплинарност, музеологија, риболовне атракције*

Увод

Питање интердисциплинарности, интересекторског и мултисекторског повезивања показало се као једно од кључних у савременом свету свеобухватних и брзих канала комуникације, тако да се у складу са информационим

окужењем, на основу оправдано агресивног искорака глобалне организације каква је УНЕСКО¹, може посматрати концепт *културног наслеђа*², које се као друштвено-економско-културни производ сигурним корацима позиционира у различите гране привредних и услужних делатности. Не улазећи у оправданост, доследност или могуће политичке/политизоване мотиве таквог концепта, сматрам да се на основу горе наведених кратких премиса у домен антрополошких и музеолошких истраживања може убројати преиспитивање и позиционирање одрживе сарадње наизглед (до скорашњих дана) интересно удаљених друштвених поља деловања у Србији: туризма као изразито профитабилне и, на другој страни, музејске делатности као буџетске и непрофитабилне. Практичним деловањем институционализована и на србијанском интересном подручју релативно нова туристичка грана, *културни туризам*, допринела је да оба наведена друштвено-културно-економска сегмента могу да се поставе у хипотетичну ситуацију заједничког усредсређења на заједничке циљне групе, те постварене интерсекторске и ине сарадње.³ На све то треба додати како је тзв. *индустрија гостољубивости*, туризам, привредна грана с далеко најбржим растом на глобалном нивоу, што подразумева на овај или онај начин сукцесивно активну, те квалитативно и квантитативно значајну групу корисника. Иза свега реченог, наводећи како и уколико се сви можемо сматрати потенцијалним туристима у времену свеокружујуће Интернет комуникације каква било коме пружа могућност да „завири“ у било који кутак глобализоване цивилизације⁴, очигледно је да се светски трендови осликавају у локалном контексту. На тај начин посматрано, промене које су се догодиле на светском нивоу, у релационом односу према концепцији туристичког развоја примереног савременом човеку, свој одраз сигурно проналазе у оквирима српског туристичког простора, а уз то, промена друштвено-економског система током предтранзиције, ратног⁵ и поратног периода на размеђу два века, показала је да централизовани и „дириговани“ туризам из социјализма мора бити замењен свестранијим моделом одрживог развоја. Како се принципи одрживости односе и на економ-

¹ http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=36920&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html

² World Heritage Information Kit, UNESCO World Heritage Centre, Paris 2008.

³ Разрешење недоумице о термину интерсекторска сарадња за домен профитне према непрофитној делатности у оквирима друштвено-економског деловања: иако се сматра да су профитни, привредни сектор и непрофитни, тзв. буџетски на супротним крајевима у друштвено-економској структури, у савременом свету **непрофитне организације постају све** више сличне профитно усмереним организацијама, те препознају потребу примене бројних алата и метода преузетих из бизниса, као и важност примене знања из подручја маркетинга.. У савременом окружењу високе конкурентности профитни и непрофитни сектор се приближавају један другоме, све више испреплићу, и долази до својеврсног преклапања сектора и улоге менаџмента.

⁴ V. Đukić Dojčinović, *Kulturni turizam*, Beograd, 2005, 49.

⁵ Ратним периодом сматрам последњу деценију двадесетог века у којој је дошло до дефинитивног распада бивше Социјалистичке Федеративне Републике Југославије.

ске и социо-културне аспекте развоја они неизоставно укључују поштовање очувања природног окружења, а потом, на успостављање одговарајуће равнотеже између те три димензије – као гарант дугорочног развоја.⁶ Важност ове врсте туристичке пробитачности огледа се у дефиницији која указује да:

„Одрживи туризам у свом најчистијем смислу подразумева привредну грану која врши минималан утицај на животну средину и локалну културу, истовремено помажући стицање зараде, нова радна места и заштиту локалних екосистема“.⁷

Иако из претходне дефиниције произилази мноштво праваца за разматрање и проблематизовање концепта одрживог туризма, укључујући различите сегменте друштвено-економског и информационог окружења, за проблематику којом ћу се бавити у наставку текста посебно значајан требало би да буде централни део у дефиницији, којим се одрживи туризам одређује као неагресиван према друштвено-културном миљеу што, сматрам, подразумева простор за активно укључивање музеализованог културног наслеђа као пандан поштовању очувања и заштите природног наслеђа.

Разлози и докази

Разматрајући претпоставке за непринципијелну поларизацију туризма и музејске делатности у Србији, на првом нивоу указује се доскорашња, традиционалном музејском праксом изнова доказивана пасивна улога музеја, искључиво у претпостављеној функцији чувара и репрезента културних сведочанстава. Оваква позиција поготову је деценијама подржавана у окружењу социјалистичког друштвено-државног уређења бивше С.Ф.Р. Југославије, а потом, инерцијом настављеним „ходом у тишини“ музејских стручњака, поготову задужених за комуникацију и односе са јавношћу, постала карактеристична за деведесете године двадесетог века у Србији.⁸ У овом контексту туристичко-музејска сарадња најчешће се сводила на организоване групе туриста или самостално одређиване итинерере ентузијаста (из најразличитијих разлога заинтересованих за музеје) којима је друга страна нудила своје сталне и/или у том тренутку експониране пов-

⁶ -D. Weaver, *Sustainable Tourism: Theory and Practice*, Butterworth-Heinemann, Oxford, 2005, 6.

⁷ Својеврстан кредо о планирању и реализацији програма одрживог туризма може се погледати на електронској презентацији Министарства животне средине и просторног планирања Р. Србије.

http://www.ekoplan.gov.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=79&Itemid=79

⁸ Lj. Gavrilović, M. Stojanović, *Muzeji u Srbiji – započeto putovanje*, Muzejsko društvo Srbije, Beograd, 2008, Reč urednika.

ремене изложбене поставке. Овакав концепт у сваком случају говори о тзв. *Sightseeing*⁹ туристичком приступу посматрача, са скоро искључиво спознајном, значењски површинском комуникацијом те, сходно томе, музејима као ефикасном средству за попуњавање слободног времена између посета заиста занимљивим и жељеним локацијама и туристичким атракцијама према којима су првенствено усмеравана интересовања различитих циљних група. Истовремено, конзументско-посматрачки статус туриста у односу према музејима одражавао је статус честих натписа „Молим, не додиривати предмете“ као парадигму традиционалне изопштености *музејске стварности* у односу на живу културу која се развија, дословно, само на корак од ње – изван музејских здања.

Приближавање туристичке понуде потенцијалима музејске и музеолошке делатности у оквирима које културно наслеђе може да се “окуси и омирише“, и као такво постане доживљај – *нематеријални сувенир* инкорпориран у системе вредности, може се посматрати кроз донекле интерактивне програме какви се најпре могу везати за варијанте *living history museum* и *музеја на отвореном*. У оквиру делатности ових музеја, може се сматрати по дефиницији, појављује се простор за оживљавање рецентно непостојећег културног контекста друштвених заједница чије они постојање репрезентују. Као пример навео бих документарно-драматизоване репрезентације друштвено-историјских кондензата¹⁰, приказивање процеса занатске производње, репрезентације обичајне праксе и фолклора, итд. На тај начин, иако се целокупна комуникација одвија још увек у, како то вековна традиција музеја налаже, *светом простору и ванвремену музејског храма*¹¹ издвојеног од свакодневне комуникације и реалног живота заједнице, музеолошки модел функционисања окренут је умногоме ка доживљају. Померањем тежишта ка значајнијем изласку у активни друштвени простор отвара се канал за комплекснији утицај на реално ткиво рецентне културе, при чему активним друштвеним простором сматрам комуникационо окружење свакодневног живота у којем се интеракција свих учесника подразумева као подлога и основа за културну промену, док би пасивни друштвени простор већ на први поглед могао да се препозна у гро музејских репрезентација: традиционалних, егзотичних и археолошки интерпретираних, тј. научно и стручно дефинисаних и на тај начин „запечаћених“ култура и друштвених заједница.

⁹ Дефинисање туристичког sightseeing модуса указује на то да су углавном у питању посете знаменитим или занимљивим местима.

Definition of sightseeing from the Longman Dictionary of Contemporary English within the topic TOURISM: <http://www.ldoceonline.com/Tourism-topic/sightseeing>

¹⁰ У контексту музеолошких узанси кондензатима сматрам значајне тренутке у животу уже или шире друштвене заједнице, а у оквиру којих се слојевито могу препознати многи или малтене сви елементи опипљиви и неопипљиви елементи културе.

¹¹ Љ. Гавриловић, *Култура у излогу: ка новој музеологији*, Посебна издања Етнографског института САНУ 60, Београд, 33-34.

Став да у неким облицима и данас постоји артефицијелно генерисан антагонизам између традиционално схваћене музејске делатности и туризма, уистину на првом месту изражава дистинкцију између елитизма и дељених/препознатих система вредности у оквиру значајнијег процента припадника општедруштвене заједнице. Концепт музеја као места где се културно наслеђе дефинише као моје/наше и на тај начин и дословно чува од других, постављен је насупрот једном од крајњих циљева развоја туризма, а то би била глобална популација, тј. друштвена група *туриста*, која у сваком тренутку размеђује, усваја и дистрибуира нова сазнања у функцији редефинисања сопствених и туђих културних ставова, вредности и система. У таквом светлу посматрано, тренутно примарни концепт УНЕСКО, заснован на потреби очувања нематеријалног наслеђа и дефинисан Конвенцијом о заштити нематеријалне културне баштине¹² (коју је, на жалост, Србија ратификовала тек на крају 2009. године, прим. М. С.), указује и на могући пут значајнијег приближавања туристичке и музејске делатности. Међутим, у прилог оваквом разматрању навео бих чињеницу да постоји општеприхваћено досадашње поистовећивање израза *заштита* (чување) и *неговање* нематеријалног наслеђа, иако су то у принципу опречне методологије, а што се може упоредити на основу ставова да:

а) заштита одређене појаве, знања, система вредности и употребе истих, углавном захтева издвајање из живућег културног контекста, како би се истраживањем и потоњом интерпретацијом дошло до заокружених и проверљивих резултата;

б) прихватање непрекинутог процеса стварања и обнављања, неговања и обогаћивања културе, тј. различитих облика и система вредности којима тек интеракција с потоњим стваралачким процесима одређује место и значај у контексту целокупног културног наслеђа.¹³

Заштита и очување нематеријалног наслеђа, иако опречни у основи, постају методолошки и практично оправдани тек као унапређени, заједнички упражњавани модел за интегрисано деловање туризма/туризмологије и музеологије, које треба посматрати као интерактивно сучељене културне ствараоце, медијаторе и сукцесоре у редефинисању система вредности већ наведене, потенцијално глобалне циљне групе туриста.

¹² Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage, <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00006>

¹³ Према: М. Стојановић, Нематеријална баштина – стање или процес, у: Condition of the Cultural and Natural Heritage in the Balkan region, vol. 1, Narodni muzej Beograd, ICOM, Београд, 2007, 594–600.

*Наслеђе – туристички капитал
(Ко, где, шта, како и зашто?!)*

Ако бисмо преузели неку врсту новинарског модела за трансфер информација – *где, ко, шта, како и зашто* – за појашњавање параметара оправданости и одрживости интерсекторског и интердисциплинарног повезивања србијанског туризма/туризмологије и музејске/музеолошке делатности, на питање о њиховој могућој сарадњи могло би се одговорити низом радних претпоставки:

- *(Ко?, Где)* Културно наслеђе посматрано у дискурсу различито моделоване и транспоноване општечовечанске идеје о постојању дељених система вредности између предака и наследника – која је настала и опстала у непрекинутим процесима дефинисања/очувања цивилизацијског и културног континуитета – пружа за сада хипотетичну могућност дословно сваком припаднику глобалне заједнице да се упозна с културним диверзитетом у сваком кутку наше планете и, *vice versa*, свакој локалној заједници да сопствене специфичности прикључи процесима глобализације.
- *(Шта?)* Музеје је ИКОМ¹⁴ још 1974. године дефинисао као „*непрофитне сталне институције у служби друштва и његовог развоја, ...*“ и „*која у циљу образовања и изградње сакупља, чува, документује и каталогизира, истражује, открива и излаже материјална (и нематеријална, прим. М. С.) сведочанства човека, његове околине и историје*“¹⁵, а то, колоквијално речено, омогућава музејима да чувају прошлост како бисмо спознали садашњост и оплеменили будућност.
- *(Како?)* Туризам путем литургијске интеракције понуде и потражње: туристичких манифестација/атракција и посета туристичким дестинацијама; и дословно музеализује туристички доживљај као врсту културног сведочанства заснованог на вољном, спознајном и осећајном нивоу, те кроз тако обликован релациони однос пружа могућности за цикличну обновљивост и конзумацију што, последично, сваки пут покреће учеснике у организационој и реализационој структури различитих врста туристичких делатности.
- *(Зашто?)* Према једној од дефиниција: „Културни туризам означава кретање људи проузроковано културним атракцијама ван њиховог уобичајеног места становања, с намером сакупљања нових информација и искустава како би задовољили своје културне потребе“¹⁶ што се

¹⁴ ICOM је међународна асоцијација музејских радника коју је основао UNESCO, као једна од организација Уједињених нација, које су, при том, оснивач и светске туристичке организације – WTO icom.museum/

¹⁵ <http://icom.museum/definition.html>

¹⁶ G. Richards, *European Cultural Tourism : Patterns and Prospects*, u: *Planning Cultural Tourism in Europe* (urednici: Dodd, Diane i Van Hemel, Annemoon) Boekman Foundation/Ministry of Education, Culture and Science, Amsterdam, Holland, 17.

може поставити у контекст неких од етнолошко/антрополошких дефиниција преузимања, прожимања и преовладавања различитих културних елемената, па самим тим и дисеминације културе уопште.

Питања и одговори наведени у тезама довољно јасно говоре о заједничком имену, културном наслеђу као туристичком капиталу, те сматрам да би могли да се концептуализују кроз валер будуће туристичке понуде. На тај начин би систематски рад на осавремењавању културног туризма, уз правилно и свеобухватно улагање и сарадњу интересних и циљних група, могао да управо ту туристичку грану позиционира као један од елемената за одрживо усмерење културне политике, као и њено утемељивање у значајног чиниоца националне стратегије у оквирима неминовног процеса дефинисања друштвено-државних циљева. Исто тако, сматрајући да музејско поље деловања према комуникационом окружењу спољног друштвеног простора треба посматрати као дистинктивно у односу на конзервативно/традиционално схваћену музејску делатност у „светом музејском простору и времену“, сматрам да будућа сарадња туризма и музеологије може врло једноставно да се предочи на основу конкретног пројектног задатка, тачније, дефинисања могуће студије случаја. Почетак анализе стога започињем од тачке коју бисмо могли сматрати крајњом, а то је музејски простор у којем је могуће музеолошки и изложбено/експографски реализовати интересекторску сарадњу. Стога ћу се усмерити на вишеструку актуализацију тзв. *Бетон хале*, привредног објекта који се налази у склопу амбијенталне целине београдског пристаништа – код ушћа Саве у Дунав, и која је закључком Владе Србије, током 2008. године, дата на коришћење „државним органима, установама и организацијама, које ће кроз одржавање културно – образовних манифестација и изложбених поставки промовисати културни, историјски, друштвени и спортски развој Србије“. ¹⁷ Разрада осталих неопходних чинилаца указује на одрживост и значењско-комуникационе аспекте апроксимативног пројекта.

(Где, ко?)

Бетон-хала: примењена музеологија

Привредни објекат колоквијално назван Бетон-хала, који ће у будућности бити комплексан музејски простор, изграђен је између два светска рата и просторно-функционално сачињавају га некадашњи магацини, а што је посебно значајно, једини је очувани примерак тадашње индустријске архитектуре у градском језгру Београда. ¹⁸ После деценијског занемаривања и ненаменског коришћења ова дугачка ниска зграда у Карађорђевој улици требало

¹⁷ <http://www.seecult.org/node/29340>

¹⁸ <http://www.dizajnzona.com/forums/lofiversion/index.php/t16321.html>

би да заживи у новом контексту, што значи да према плановима адаптирани простор убудуће треба да користе *Етнографски музеј у Београду*, *Музеј позоришне уметности Србије*, *Музеј савремене уметности* и *Музеј спорта* из Београда, као и *Музеј наивне и маргиналне уметности* из Јагодине¹⁹, а што, опет, на основу претходно скицираног стања говори како је некадашњи привредни објекат употребно редефинисан као будући музејски простор.

Погодан положај објекта и габарити простора првенствено се у музејском контексту могу посматрати као функционални оквир за изложбenu концептуализацију музејских поставки из оквира делатности наведених музеја. Међутим, како је један од издвојених делова додељен Етнографском музеју на коришћење, у даљем тексту окренуо бих се домену етнографске музеологије као примарне за проблем којим сам се бавио у истраживању чије резултате презентујем. Уколико се прихвати премиса да Бетон-хала и даље – на основу контекстуализације у дух времена радничке поткултуре између светских ратова – опстаје као сведочанство из прве половине двадесетог века (иако се тренутно не сматра значајним објектом индустријске баштине и као таква није под заштитом), може се сматрати да овај културно-историјски артефакт комуницира одређеним параметрима на основу којих би се могао, широко посматрано, поставити у значењске оквире нематеријалног наслеђа припадника појединих друштвених група, а у контексту њихове стваралачке припадности урбанизованој и потоњој урбаној култури. Када се претходно наведеним премисама додатно инкорпорира неспорно вековно постојање риболовачког фолклора, као и вештина, знања и веровања који су везани за привредну делатност београдских и земунских аласа, уочавају се елементи на основу којих се може начинити нека врста музеолошког искорака и да се на тај начин *Бетон-хала*²⁰ свеобухватно заокружи као комуникационо-значањски метапростор за будући спој туризма и музеологије.

Ако се планирање и реализација програмског осмишљавања музејске и музеолошке делатности у *Бетон-хали* – у домену предвиђеном за Етнографски музеј – узме као основа за позиционирање комуникационо-значањских топоса у интерсекторском повезивању музеја и туризма, поново се појављује тријадна скала музеолошке градације која полази од музеја као, условно речено, неке врсте пасивног комуникационог реципијента без значајнијег одзива, преко интерактивне улоге у оживљавању секвенци из репрезентоване културе као значењске целине, до креатора и/или ре-креатора идентитета у оквиру друштвене заједнице. Такво градирање на конкретном плану означава, у полазном нивоу, улогу какву би музејски предмети преузели уколико би поставка следила пут предметоцентричне музеологије, што у контексту туристичке посете може бити тумачено у функцији „темпоралног сувени-

¹⁹ <http://www.glas-javnosti.rs/clanak/beograd/glas-javnosti-31-07-2008/beton-hala-postala-izlozbeni-prostor>

²⁰ Како бих олакшао усмерење на основну нит анализе термин *Бетон-хала* користим као синоним за издвојени изложбени простор Етнографског музеја у оквиру целокупног објекта.

ра“ који обликује тренутни доживљај, који по спознајно-осећајном квалитету наликује на кич. На другом нивоу би се музеолошки интерпретирана улога културних сведочанстава: музејских збирки и индустријског објекта као репрезента епохе; могла оживети тематским драматизацијама значајних периода у животу Савамале²¹, београдске/србијанске речне границе²², итд., као кондензованих репрезентација друштвено-културних утицаја и прожимања.

Трећи, и најважнији ниво на којем се може говорити о значајном изласку музејских институција у друштвени простор, могуће је препознати у ICOM-овој теми прославе *Међународног дана музеја* за 2008. годину: „Музеји као агенти друштвене промене и развоја“²³ те могућности да на тај начин активно учествују у моделовању туристичког идентитета локалне заједнице. У том циљу значајно је навести како су се у редефинисању намене Бетон-хале стекли услови да се остваривањем сарадње на неколико хоризонтално и вертикално постављених праваца успостави ланац у којем ауторитет државе, путем Министарства културе, препознаје потенцијале за нови идентитет у делатности Етнографског музеја у Београду, а који, опет, путем неизоставне сарадње са Туристичком организацијом Београда и Србије може постати један од камена темељаца за настанак микротуристичке дестинације у оквиру Београда као туристичке мултидестинације.²⁴

(Шта?)

Нематеријално наслеђе: риболовне туристичке атракције

Како би се поменути ланац државно-друштвене институционализације туристичко-музеолошке сарадње учврстио покушаћу да на примеру риболовних атракција, као целина у оквирима очувања и промоције нематеријалног наслеђа, укажем на могућности уобличавање будућих заједничких пројеката. Туристичке атракције, првенствено осмишљене кроз такмичења у изловљавању рибе сом традиционалним и/или савременим вештинама, као и фолклористичку примену народних знања и веровања, разноликошћу концептуалних одређења, модела организације и реализације, те обликовању

²¹ Савамахала спаљена је 1739. године приликом повлачења Аустријанаца а насељавање је поново почело 1820. ван шанца који је затварао београдску варош. Савамала је некада захватала простор од данашње Карађорђевог улице до почетка Аде Циганлије, дуж Циганске баре, касније назване Бара Венеција, од Улице краља Милана до Немањине и од Теразија ка Савској падини.

²² Од времена владавине кнеза Милоша Београд је био погранично место на државној граници према Аустрији, а и пре тога вековна пропусна граница двају културних кругова – оријенталног и средњоевропског.

²³ <http://icom.museum/imd.html>

²⁴ Београд се, по мишљењу многих стручњака и посетилаца – као припадника интересних и циљних група – сматра у глобалним размерама туристичком дестинацијом будућности.

и усмеравању релација између интересних и циљних група, указују на једноставна и вишеслојна значења, настала у репрезентацији нематеријалног наслеђа. Такав став образлажем на основу кроки представљања трију риболовних атракција, насталих у распону од само неколико деценија на тлу Србије, а које указују на промене у настанку, друштвено-државној подршци и, следствено, институционализацији не само туристичке понуде у оквиру различитих друштвених система. Туристичке манифестације о којима говорим су:

Златна бућка као један од криптопројеката државно планиране ревитализације Ђердапског Подунавља, између осталог и на основу утемељивања туристичке дестинације Текија. Манифестација која се сматра заштитним знаком малог града на обали Ђердапског језера, које је хидроакумулација на једној од највећих европских река – Дунаву, настала је током осамдесетих година двадесетог века. Током деценија постојања програма манифестације су се мењали, али је окосница и даље такмичење у изловљавању сома традиционалном техником на бућку.²⁵ Целокупан програм рецентне туристичке понуде „Златне бућке“ предвиђа спортске, забавне и културне манифестације, које ће разнодити све учеснике, туристе и госте Текије. Уз такмичење у бућкању организују се пратеће риболовно-гастрономске такмичарске манифестације, првенствено у надметању риболоваца млађих категорија (пионири лове рибу „на пловак“) и на такмичењу у кувању рибље чорбе, где се појављује око 200 учесника²⁶;

Лов на Бесија као резултат приватне иницијативе у протранзиционом времену србијанског друштва пред распад СФРЈ, те као такав покушај новонасталих друштвених слојева, приватних предузетника, најпре да, кроз туристичку понуду, економски актуелизују локалну заједницу. Централна атракција је изловљавање претпостављеног циновског примерка рибе сом из белоцркванских²⁷ језера – почев од 1988. године – и, како наратив о *Бесију* наводи, случајно је препозната као потенцијал за осмишљавање туристичке атракције из разговора два новинара из Београда, који су упоређивали светску атракцију – тзв. „Чудовиште из Лох Нес“²⁸ у Шкотској, с дотада уловљеним капиталним примерцима риба у околини Беле Цркве;

Сомовијада – приватна иницијатива коју је препознала и институционално подржала локална самоуправа у културно-друштвено-економском ок-

²⁵ http://www.virtualnigrad.com/?pd=43&pt=1378&arch=on&page_title=

²⁶ Треба навести како се осим наведених такмичења организују турнири у фудбалу на песку, такмичење у брзом испијању пива и друге атракције, од којих је пажњу изазвао први турнир у одбојци на песку, избор најлепшег дворишта у цветној Текији, избор „Мис мокре мајице“ и маскиране поворке, од којих је најзанимљивији шарени дечји карневал. Као куриозитет, треба навести да је 2007. године финално вече такмичења завршено концертом победнице „Песме Евровизије 2007“, српске фолк певачице Марије Шерифовић. Исто.

²⁷ У питању је градић Бела Црква у Банату, близу границе с Румунијом.

²⁸ Према наративу у језеру Лох Нес живи праисторијска животиња, коју деценијама покушавају да пронађу разни истраживачи, ловци на сензације и други туристи.

ружењу послератне транзиционе Србије. Прве три манифестације имале су локални такмичарски карактер, али, потребу да се локално окупљање претвори у озбиљнију манифестацију организатори су учили на основу великог интересовања риболоваца из удаљенијих крајева Србије, као и учесника из других држава. Потпуно сврсисходно позиционирање манифестације остварено је 2004. године када се као званични покровитељ и организатор појављује Скупштина општине Мали Зворник. Од 2008. године манифестација добија нови елемент због тога што је почетак такмичења обележен пуштањем у језеро младог сома са златном плочицом који ће имати име Звонко.²⁹ Убудуће колико год пута буде уловљен тај јединствени примерак биће враћен у Дринско језеро, а срећни риболовац ће за улов бити награђен износом од 1.000 евра који, као и златну плочицу, дарује лозничка златара „Сафир“.³⁰

Друга страна интерсекторског повезивања и интеграције музејске и музеолошке делатности у туризам могла би се транспарентно посматрати на основу могућности за својеврсну музеализацију већ установљених туристичких атракција, односно модела на основу којих су локалне заједнице у којима се такве културно-туристичке манифестације одигравају оствариле крајњи циљ – постављање на туристичку мапу ужих или ширих размера, за шта сам навео као пример три манифестације из различитих периода и подручја. Хипотетички постављено, то значи да малтене било која од манифестација сврстана у културни туризам може на неки начин бити редефинисана у оквирима комуникационо-значањских целина каквима се сматрају елементи, као и културно наслеђе уопште. На овом месту такав став отвара питање шта се све може сматрати културним наслеђем и где би могла бити граница према рецентном, живом културном окружењу, као и да ли наслеђе треба посматрати као стање, управо због могућности за музеализацију. У таквом светлу би чињеница да је Бетон-хала, лоцирана на ушћу највеће балканске реке у једну од највећих европских река, засигурно била довољан залог за остваривање могућности да се вековима укрштано културно значење природне комуникације и границе транспонује у двадесети век који, на овај или онај начин, ипак представља део и тренутне културне свакодневице.

(Како?)

Туризам

Различити параметри на основу којих је туризам као привредна грана достигао експлозивно растућу позицију у последњој трећини 20. века могу

²⁹ http://www.malizvornik.org/arhivavesti/2008/0727_zavrshena_somovijada2008.htm

³⁰ Он је најавио да ће се на почетку «Сомовијаде» следеће године у Дринском језеру наћи и Звонкова млада партнерка која ће добити име Звончица и кад год буде упецана и враћена у воду, срећнику ће донети истоветан износ награде од истог дародавца. Исто.

се свести на чињеницу да основни потенцијал за туристичку размену чини доживљено искуство, емоције и спознаје у функцији потрошне робе.³¹ То значи да у индустрији туризма не постоје предвидива ограничења у учесталости потрошње/доживљаја као и у дужини временских интервала између две конзумације туристичке понуде. Коначан исход оваквог вишеслојног ангажовања су сукцесивни или обновљени пројекти и стална маркетиншки оријентисана делатност путем којих се у туризму бележи значајна материјална корист у основном и пратећем делокругу деловања. Могућности остварене путем оваквог процеса планирања и реализације, на основу којих долази до цикличне обновљивости свих облика туризма – обликовања и ребликовања туристичке понуде и потрошње – даје значај чињеници да та привредна грана омогућава материјалну корист многим заинтересованим странама у основној и пратећим делатностима. Туризам посматран према понуди и потражњи већ на први поглед показује да та привредна грана укључује тзв. промет и услуга и робе. Како су у овом случају услуге инструменти путем којих долази до функционално-симболичког обликовања доживљаја, оне се у овом светлу могу посматрати као доминирајући елеменат због чињенице да туризам почива на учешћу заснованом кроз спознајно-емоционална искуства.

Чињеница да учешће у туристичким активностима – било на страни туриста као крајњих корисника или на страни креатора, организатора или реализатора – поред свега захтева значајно мотивационо, интелектуално, али и емоционално учешће, осим економске исплативости дефинише туризам и као облик социо-културног интерактивног деловања, који у себи садржи културне, друштвене и психолошке вредности на основу којих постоји двосмерна комуникација у релационим односима произвођача и учесника/потрошача туристичких садржаја. Промене које су се збиле на светском туристичком тржишту почетком осамдесетих година двадесетог века снажно су утицале на трансформацију туристичких токова, углавном у квалитативном погледу. Мање су деловале на интензитет путовања, а више на структуру туристичке потрошње и понашање самих туриста. Туризам је почео да се трансформише из „тврдог“ у „меки“ облик, постао је хуманији и више окренут појединцу. Превасходна карактеристика туризма данас претпостављена је у неизоставној мобилности туриста, на основу које се они измештају из свакодневног животног контекста у несвакидашње време, простор и емоционално/доживљајни контекст одабране туристичке понуде. Како једна од могућих дефиниција туризма говори о томе да сваки човек треба да се сматра туристом уколико у краћем или дужем временском периоду, а најмање један дан, борави ван сталног места пребивалишта, постаје јасније колико је широк простор у којем се може говорити о антрополошким аспектима

³¹ Gnoth J., Bigné J. E., Andreu L., *Waiting Time Effects on The leisure Experience and Visitor Emotions*, u: *Progress in tourism marketing* (ur. Kozak M., Andreu L.), Elsevier, Amsterdam; Boston; London, 2006, 255.

туризма,³² што је представљено као један од главних циљева Министарства животне средине и просторног планирања Републике Србије. Индикативно, министарство указује на одрживи развој туризма уз учешће свих релевантних интересних група, да би се обезбедило што значајније учешће становништва и стварање неке врсте консензуса, што одрживи туризам види као процес у континуитету и сталну евалуацију. Уколико се сви ови елементи примене у антрополошком дискурсу, као параметру за савремени процес проналажења координата за феноменологију туризма, они јасно указују на могуће тумачење из којег би се та растућа индустрија препознавала као амалгам усмераване гостољубивости³³ и планиране радозналости.

(Зашто)

Културни туризам

Туризам је скуп односа и појава које произлазе из боравка људи у местима изван њиховог сталног места боравка. Ти односи и појаве су резултат човекових активности везаних за посматрање, доживљавање и комуникацију у природним и друштвено-културним просторима. Разјашњења појма културног туризма у сваком случају подразумевају различите релационе односе настале у интеракцији туризма и културе. Ако издвојимо и занемаримо природне вредности, остају простори, објекти и појаве које је човек стварао и ствара као део свог културног окружења, а то све се у најширем контексту може посматрати као културни потенцијал у туристичкој размени. На овом месту указао бих на то да се култура – у једном од могућих углова посматрања – дешава свуда, на сваком месту и за свакога, а туризам се, међутим, у односу на конзументе – туристе дешава једино изван места њиховог сталног боравка. Културни туризам би у том поједностављеном односу представљао доживљај културе изван места боравка, при чему су туристи постављени у различите комуникационо-функционалне релационе односе према дестинацији у којој бораве. Мотивација и учествовање могу бити на нивоу посматрача и/или придруженог члана с мањом или већом дистанцом и, на другој страни, активног учесника који доживљава, упознаје и учествује. Према томе, културним туризмом се могу сматрати сви они односи и појаве који настају из активности културе у туристичком месту или простору, или, догађаји којима присуствују туристи као допуна боравка у оквиру неког другог облика туризма. У облике испољавања културног туризма могу се уврстити обиласци и разгледања споменика културе, културно-забавне манифестације, фестивали с приказом културних остварења, посете музејима и галеријама, кружна туристичка путовања у којима доминирају

³² E. Cohen, н.д., 374.

³³ E. Cohen н.д., 374–375.

културни садржаји, без обзира на дужину путовања, смотре и манифестације фолклорних вредности, градски туризам, сеоски туризам, етно-туризам, конгресни туризам, религијски туризам... и други³⁴ Свака туристичка понуда обухвата, или би требало да обухвати и културне садржаје, па, према томе, различити аспекти културног туризма захтевају и различите углове посматрања. С организационог становишта, то је интерсекторско повезивање културе и туризма – две комплементарне гране које треба да се удруже у остварењу заједничког производа.³⁵ У оквиру туризмолошког становишта, то је покретање појединаца мотивисано културним разлозима и по дефиницији се односи најпре на она места која нису туристички развијена, а имају локалне културне потенцијале.³⁶ Довољно је да туриста у њима проведе најмање један дан активно истражујући тај потенцијал, што подразумева и финансијске трансакције током посете – улазнице, куповина сувенира и остало, и локална заједница постаје дестинација за културни туризам. Када се о културном туризму говори с друге стране, из угла посматрања који подразумева културолошко становиште, може се рећи да та врста туристичке понуде укључује сав онај транспарентни или скривени културни потенцијал који један град или шири регион има, а на основу којег може да се уобличи културни и уметнички доживљај, не само за туристичке посетиоце, већ и за локалну публику.³⁷ Оваква врста дефинисања културног туризма неминовно треба да укључи и одређену врсту интерактивног односа какав се ствара у релацијама локалне средине, организатора туристичке понуде и самих туриста, што с едукативног становишта значи туристичко путовање са жељом да се истражује и нешто научи о различитим сегментима културних вредности током боравка у жељеној туристичкој дестинацији.³⁸

Специфичне потребе туриста условиле су проширење појма културног објекта, простора и дешавања, како би се прилагодили потребама туриста и могућностима туристичке презентације. Културни туризам у ствари представља својеврстан систем у оквиру којег се генеришу елементи и заокружене целине, које постају „култура“ у контексту одабира и понуде културних вредности које постају производ подложен провери финансијске, а следствено томе и културолошке исплативости на тржишту. Такав, туризмолошки посматрано, широк дијапазон културног туризма, даје назнаке за интер-

³⁴ В. McKercher, Н. Du Cros, *Cultural Tourism, The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*, Haworth Press, New York, 2002, 3.

А. Д. Томка, *Просторно-историјско културне целине, шанса за културни туризам Србије*, Природно-математички факултет у Новом Саду, Департман за географију, туризам и угоститељство, Нови Сад, 2000.

³⁵ В. Ђукић Дојчиновић, *Имамо ресурсе, а да ли имамо културни туризам?*, саопштење на саветовању: *Култура и туризам – интерсекторско повезивање и мултидисциплинарно образовање*, Завод за проучавање културног развитка, Београд, 2001.

<http://www.zaprokul.org.rs/latinica/savetovanja/sokob.html>

³⁶ Исто.

³⁷ Исто.

³⁸ Исто.

претацију по којој би свака врста људске делатности могла бити сматрана за будући објекат културног туризма. С обзиром на то да туризам и култура у значајној мери зависе од креативних потенцијала и мотивационог фактора хуманих ресурса, а који креативност црпе из социо-културног окружења, ствара се заокружено поље деловања потпомогнуто финансијским сервисима и услугама у функцији планирања, реализације и укупне одрживости.

Концептуализација студије случаја

Параметри у процесу осмишљавања било каквог интерсекторског пројекта требало би да се бар унеколико ослањају на потврђене резултате. У складу с таквим ставом сматрам како би студија одрживе туристичке манифестације, у оквирима музејски доказане и музеолошки постављене, те туризмолошки позитивно вредноване сарадње, могла почивати на функционално-значењски-комуникативним целинама какве постоје у практиковању риболова, заједничког именитеља који се може препознати у малтене свим друштвеним заједницама света. Модели какви су већ у тексту препознати као нехотично савремено „читање“ нематеријалног наслеђа на домаћем туристичком простору могу да, у контексту сукцесивно насталих риболовних атракција, укажу како концептуализација традиције: ретромодел, повезивање с популарном културом и тржишним моделом функционисања, те глобални процеси; представља један од путева за прикључивање савременом развоју музеологије и музејске делатности. Елементи за интегрално музеолошко тумачење досадашњих, у туристичком дискурсу (експлоатационо) мање или више успешних модела риболовних атракција, могли би бити потцртани на основу организације и реализације засноване на потреби поштовања тржишних закона пословања, о чему на различите начине говори и нови Закон о култури³⁹, подзаконска акта, као и планирани закони о наслеђу и музејској делатности. У том правцу посматрано, и доступност предефинисаног простора Бетон-хале, намењеног (у једном делу) за музејске програме и садржаје специфичног профила какви се очекују од етнографске музеологије, могао би да допринесе управо освајању спољног друштвеног простора.

Уколико прихватимо тезу о непрекидном процесу освежавања и ре-утемељавања нематеријалног наслеђа, концепти и модели који произилазе из

³⁹ О потреби да се до сада централизовани начин финансирања и функционисања буџетских, музејских институција осавремени путем активнијег укључивања у самостално доховодно пословање, говоре првенствено чланови и алинеје у члановима Закона о култури, који се баве начелима културног развоја, финансирањем културних програма и пројеката, те стратегијом развоја културе Републике Србије. „Службени гласник РС“, бр. 72/2009, Закон о култури: чл. 3 ал. 5, 8, 10; чл. 10, чл. 20 ал. 2, 3.

досадашње праксе у оквиру планирања, организације и реализације риболовних атракција већ на први поглед сведоче о постојању значењских модела који инкорпорирају све друге домене деловања, и на тај начин једноставно могу бити апликовани у будућу интерсекторску сарадњу музеологије и туризма/туризмологије. За *Златну бућку* би се доминантним моделом могла сматрати фолклоризована варијанта традиционалног рибарења, с обзиром на то да окосницу чини наратив о бућки, за коју:

„Хроничари рибарења на Дунаву забележили су да је претеча бућке, дрвене направе величине 50 центиметара, која на крају има печурку у облику петодинарца, мањерка из које су војници ручавали. ...Ова врста риболова се одомаћила на ђердапском подручју...“⁴⁰

Иако етнолошки и музеолошки потврђена традиционална технологија изловљавања сомова на бућку⁴¹, сама чињеница апсурдног подвлачења мањерке⁴² као претече бућке и, самим тим, антидатирању порекла и времена настанка те вештине дунавских аласа, у наративу довољно говори о нехотичном упливу популарне културе у риболовачки фолклор. Таква хронолошки и значењски-комуникационо утемељена подлога унеколико доприноси да други од модела, који припада атракцији *Лов на Бесија* и може се препознати већ у једном од митологизованих, наводно спонтано насталих слогана у локалној белоцркванској средини: „Као што Лох Нес има Неси, у Белој Цркви је Беси“⁴³ транспарентно укаже на препознату потребу и комуникациони фокус на глобалну популарну културу. Потпуно је јасна паралела с најпознатијом од легенди о постојању *језерских немани*⁴⁴, тачније о претпостављеном постојању праисторијског чудовишта у језеру Лох Нес у Шкотској⁴⁵, што би за музеолошки оправдано читање и репрезентацију таквог амалгама традиционалне и савремене, урбане/популарне културе могло да се тумачи као превазилажење досадашње музејске праксе оличене у ставу да:

„Ако је ’популарна култура пробни камен будућности’ (према: V. Gibson, *Idoru*, пог. 35), музеји какви данас у Србији постоје очигледно се у тој будућности неће наћи, јер размак између популарне културе и музеја као да постаје све већи“⁴⁶.

Уколико претходно наведене моделе риболовних атракција, и њихову неизоставну, нехотичну или намерну значењску везу с рецентним цивилиза-

⁴⁰ (<http://www.virtualnigrad.com/?pd=43&pt=1378&arch=on&pagetitle>)

⁴¹ М. Стојановић, *Збирка лова и риболова*, Гласник Етнографског музеја 65–66, Етнографски музеј у Београду, Београд 2004, 111–126.

⁴² Мањерку као део војне опреме треба повезивати најпре с европским културним кругом док је србијанска обала Дунава вековима била део старе балканске риболовне традиције, а потом по времену настанка тек с позним деветнаестим и двадесетим веком.

⁴³ <http://arhiva.glas-javnosti.co.yu/arhiva/2004/08/17/srpski/R04081601.shtml>

⁴⁴ http://en.wikipedia.org/wiki/Lake_monster

⁴⁵ <http://www.chiff.com/travel/loch-ness-monster.htm>

⁴⁶ Љ. Гавриловић, н.д. 28.

цијским тренутком у којем популарна култура треба да се инкорпорира као својеврстан комуникациони медијум, поставимо у оквиру одрживе интерсекторске сарадње туризма/туризмологије и музејске/музеолошке делатности, видно је да осавремењевањем приступа нематеријалном наслеђу (којем, сматрам и понављам, припадају вековима вариране вештине риболова које бар у назнакама препознају малтене све циљне групе будућих туриста) добијају обе стране.⁴⁷ Напослетку, како је већ у претходном тексту наведена као добродошла тржишно дефинисана реализација будућих културних пројеката, поготову у оквирима сарадње са сектором туризма као изразито профитабилне делатности, не бих занемарио ни одлично маркетиншки планирану манифестацију *Сомовијада*. У контексту досадашњег излагања о могућем концептуализовању модела који укључује музејску делатност, туризам, популарну културу и нематеријално наслеђе, значајно је то да је поменута туристичка манифестација сукцесивно надграђивана у комуникационо-значајском кључу: од почетног риболовног такмичења у изловљавању рибе сом традиционалним алатима, преко све активнијег логистичког и маркетиншког учешћа локалне и шире заједнице, до прошлогодишњег врхунца када је у језеро пуштен млади сом „симболичног имена *Звонко*, са златном плочицом на шкргама, који ће оном ко га улови, на такмичењу али и после њега, донети новчану награду у износу од 1000 евра, ...“⁴⁸ То значи да је почетно локална туристичка манифестација надградњом дефинисала неке од параметара за микропроцес одржавања традиционалних елемената нематеријалног културног наслеђа у спрези са савременим популарним „читањем“ истог.

Другу страну одрживе реализације будућег интерсекторског пројекта представљало би утемељивање Бетон-хале у изложбеном/експографском и, самим тим, комуникационо-значајском дискурсу. Како би употреба објекта те врсте и претходне намене у сваком случају означила излазак Етнографског музеја у јавни друштвени простор, значај будућег процеса редеофинисања у нову, потенцијално мултифункционалну целину у оквиру музеолошког приближавања туристичким и туризмолошким узансама, сматрам да постоји дилема да ли Бетон-халу скоро искључиво треба сматрати једноставним проширењем изложбеног и депозитерског⁴⁹ простора „у висину и

⁴⁷ У прилогу ставу да у постмодерном кључу могу бити херетизоване и музеолошки редеофинисане многе наизглед популистички конструисане комуникационо-значајске целине, навео бих чињеницу да, цитирам: „Универзитет Алабама из Бирмингема одлучио је да представи шта је то инспирисало британску списатељицу Ц. К. Роулинг када је писала Харија Потера, и то онај део који се бави науком, магијом и медицином у свету чаробњака. Зато ће од 25. јануара до 5. марта бити отворена изложба 'Хари Потеров свет: Ренесансна наука, магија и медицина'.“

http://www.danas.rs/vesti/kultura/bogata_tapiserija_renansne_tradicije.11.html?news_id=180967

⁴⁸ <http://www.malizvornik.org/turizam/somovijada.htm>

http://www.malizvornik.org/arhivavesti/2008/0727_zavrshena_somovijada2008.htm

⁴⁹ Под депозитурним простором посматрам у за ту намену прилагођене делове Бетон хале који су додељени Етнографском музеју, а који се, према претходној намени магацинског про-

ширину⁴, на основу чињенице да се у њој могу једноставно прекопирати експографски модели какви се и данас користе у згради музеја на Студентском тргу – ма каквим варијацијама они били формално промењени. Алтернатива оваквој употреби, коју би садржала контекстуализација музејских предмета (покретних културних добара) у конкретно живо време и простор досадашњег магацинског простора у којем је он бивао означен многобројним директним и индиректним друштвено-културним утицајима. Директне би у овом случају могле представљати путеви којима су кроз Бетон-халу као неку врсту дистрибутивног фокуса током дугог временског периода допирале различите врсте робе за елитну, свакодневну или илегалну употребу.⁵⁰ Индиректнима сматрам све оне комуникационе претпоставке какве условљава и омогућава положај тог магацинског простора на самом ушћу Саве у Дунав, што значи неминовну, те свакодневну вербалну и невербалну размену између друштвене групе коју бих окарактерисао као *запослени*: лучки и магацински радници; и друге, неформалне групе у коју би спадали морнари, аласи, риболовци и, као посебно значајни, беспосличари, бескућници и криминалци.⁵¹

Указивањем на могућности будућег унапређења усмерене музеолошке комуникације према туристима, употреба у првом реду административно, не примарном наменом (планирањем и градњом) музеализованих простора какви су зграда Београдске берзе⁵² и Бетон-хала, показала је да у случају последњих пола века постојања Етнографског музеја сплет друштвено-државних планова за дефинисање и потоње реализовање очувања и заштите културног наслеђа у домену етнографије, етнологије и антропологије, генерално функционише на основу вредносних ставова о музеју као једносмерно обликованом комуникационом каналу. У таквом контексту мисија музеја требало је да дефинише различите врсте емитовања идеја о, искључиво, освежавању прећутно идеологизованог става о традиционалној култури као петрификованом сведочанству, а при том, кроз схизоидно обликовани значењски статус о „Било и не повратило се добрим старим временима!“⁴. Централни објекат Етнографског музеја се у том погледу може сматрати комуникационо хладним за усмерену и аутономну туристички концептуализовану намену, која би подразумевала савремено конципирано учешће туриста, то јест прелазак са *Sightseeing*, на *Lifeseeing*⁵³ туристички модус.

стора, могу употребљавати за дислоциране предмете из збирки.

⁵⁰ Ноторна је чињеница да су речни токови и границе врло флукутабилни по питању царински или на друге начине забрањиваног промета робе различите намене.

⁵¹ Навео бих како би се и у оквиру група *запослени* и „незапослени“ могле направити унакрсне поделе на две комуникационе подгрупе: *запослени* у магацину и *запослени ван* – аласи и морнари.

⁵² Првобитно београдска Берза данас је зграда у функцији централног објекта Етнографског музеја, у статусу споменика културе од 1984. године.

⁵³ C. R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie, *Tourism: principles, practices, philosophies*, John Wiley&Sons, Inc, USA, 2006, 298.

Упоредивањем зграде и унутрашњег простора садашњег Етнографског музеја, који је редефинисан у музејску и музеолошку концептуализацију из основне намене зграде – Београдске берзе, и потенцијала Бетон-хале на другој страни, већ на први поглед могу се уочити параметри који раздвајају два комуникационо-значањски редефинисана простора, који су из основних намена постали нека врста, додуше не кључних, али градивних елемената за процес заштите, очувања и репрезентације појединих сегмената културног наслеђа. У том правцу посматрана, иако наменски грађена за, и потом дуго година и употребљавана као Београдска берза, зграда Етнографског музеја не садржи самосталне корпусе значења какви би се могли употребити у интерактивној реконтекстуализацији етнографских музејских збирки и нематеријалног наслеђа, те потврђује досадашњу праксом доказивану тезу о музеју као храму издвојеном из живог културног контекста. Насупрот њој, Бетон-хала за сада (2009. година) није проглашена за културно добро, али, налази се на месту које се, како сам већ навео, може сматрати неком врстом „руже ветрова“ за дисеминацију микро и макро друштвено-културних утицаја који су обележили Београд током двадесетог века те, самим тим, у себи носи мета-значања каква могу бити инкорпорирана у будућу музеолошку и изложбenu/експографску концептуализацију.

Извори

1. <http://www.dizajnzona.com/forums/lofiversion/index.php/t16321.html>
2. <http://www.seecult.org/node/29340>
3. <http://www.glas-javnosti.rs/clanak/beograd/glas-javnosti-31-07-2008/beton-hala-postala-izlozbeni-prostor>
4. http://www.virtyalnigrad.com/?pd=43&pt=1378&arch=on&page_title=
5. http://www.malizvornik.org/arhivavesti/2008/0727_zavrshena_somovijada2008.htm
6. http://www.ekoplan.gov.rs/index.php?option=com_content&view=article&id=79&Itemid=79
7. <http://www.stile.coventry.ac.uk/cbs/staff/beece/BOTM/Glossary.htm>
8. http://adria-nasta.ry/hor/aboyt_xorvatii
9. <http://www.zaprokul.org.rs/latinica/savetovanja/sokob.html>
10. (<http://www.virtyalnigrad.com/?pd=43&pt=1378&arch=on&pagetitle>)
11. http://en.wikipedia.org/wiki/Lake_monster
12. <http://arhiva.glas-javnosti.co.yu/arhiva/2004/08/17/srpski/R04081601.shtml>
13. <http://www.chiff.com/travel/loch-ness-monster.htm>

14. Definition of sightseeing from the Longman Dictionary of Contemporary English within the topic TOURISM: <http://www.ldoceonline.com/Tourism-topic/sightseeing>
15. World Heritage Information Kit, UNESCO World Heritage Centre, Paris 2008. http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=36920&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html
16. Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage, <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?pg=00006>
17. <http://icom.museum/imd.html>
18. http://en.wikipedia.org/wiki/Lake_monster
19. <http://www.chiff.com/travel/loch-ness-monster.htm>
20. http://www.danas.rs/vesti/kultura/bogata_tapiserija_renesansne_tradicije.11.html?news_id=180967
21. <http://www.malizvornik.org/turizam/somovijada.htm>
22. icom.museum/

Литература

1. Гавриловић Љ. (2007), *Култура у излогу: ка новој музеологији*, Посебна издања Етнографског института САНУ 60, Београд.
2. Gavrilović Lj., Stojanović M. (2008), *Muzeji u Srbiji – započeto putovanje*, Muzejsko društvo Srbije, Београд.
3. Gibson V. (1998), *Idoru, Polaris*, Београд [W. Gibson, Idoru, 1996], Polaris SF CD-ROM 2, verzija 1.0 (ur. Z. Živković), Београд.
4. Gnoth J., Bigné J. E., Andrey L., (2006) *Waiting Time Effects on The leisure Experience and Visitor Emotions*, у: *Progress in tourism marketing* (ur. Kozak M., Andrey L.), Elsevier, Amsterdam; Boston; London.
5. Goeldner C. R, Brent Ritchie J. R. (2006), *Tourism: principles, practices, philosophies*, John Wiley&Sons, Inc, Ноебoken.
6. Ђукић Дојчиновић В. (2001), *Имамо ресурсе, а да ли имамо културни туризам?*, у: *Култура и туризам – интерсекторско повезивање и мултидисциплинарно образовање – Прилози*, Завод за проучавање културног развитка, Сокобања – Београд, 3–9.
7. Ђукић Дојчиновић В. (2005), *Kulturni turizam*, Clio, Београд.
8. Jelinčić D. A. (2000.), *Kulturna baština i turizam (magistarski rad)*, Sveučilište u Zagrebu, Filozofski fakultet, Zagreb.
9. Kušen E. (2001), *Turizam i prostor-klasifikacija turističkih atrakcija*, *Prostor*, vol. 9, br. 21, Zagreb, 1-14.

10. McKercher B., Du Cros H. (2002), *Cultural Tourism, The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*, Haworth Press, New York.
11. Richards G. (1999), *European Cultural Tourism : Patterns and Prospects*, у: *Planning Cultural Tourism in Europe* (edit. Dodd, Diane и Van Hemel, Annemoon) Boekman Foundation/Ministry of Education, Culture and Science, Amsterdam, Holland, 43-49.
12. Стојановић М. (2005), *Алтернативна медицина – исцелитељи душе*, Гласник Етнографског института САНУ, књ. 53, Београд, 389-400.
13. Стојановић М. (2007), *Нематеријална бајтина – стање или процес*, у: *Condition of the Cultural and Natural Heritage in the Balkan region*, vol. 1, Narodni muzej Beograd, ICOM, Београд, 594-600.
14. Томка А. Д. (2000), *Просторно-историјско културне целине, шанса за културни туризам Србије*, Природно-математички факултет у Новом Саду, Департаман за географију, туризам и угоститељство, Нови Сад.
15. Cohen E. (1984), *The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings*, *Annual Review of Sociology*, Vol. 10, 373–392.
16. Weaver D. (2005), *Sustainable Tourism: Theory and Practice*, Butterworth-Heinemann, Oxford.

Marko Stojanovic

MUSEUMS AND TOURISM: IMMATERIAL CULTURAL HERITAGE – CONCEPTUALIZATION OF CASE STUDY –

Summary

The imperative of interdisciplinary, intersectorial and multisectorial correlation has the key role in the modern world of the comprehensive communication channel. The initial definition of parameters for the sustainable cooperation between tourism/turismology and museum activities/museology shows that the seemingly incompatible, profit and non-profit sector, should basically work towards the common target groups and thereby actively participate in the maintenance process of the intangible cultural heritage. In this discourse, the communication-meaningful way out of the inner, passive and petrified «sacred museum time and space» and into the new, active cultural space, allows a museum to operate as a generator of social changes and development. Conceptualization of a possible case study, based on already exploited tourist models of fishing attractions and, within those, the popular «reading» of traditional fishermen's arts and folklore, speaks about the possibilities for the museology- and turismology-based activities aiming at redefinition of previous social identities and creation of new ones.