

**Јана Баћевић**

Одељење за етнологију и антропологију  
Филозофски факултет, Београд  
jbacevic@f.bg.ac.yu

## **Антропологија, туризам и транзиција: концепције о развоју туризма у Књажевцу\***

Проучавање туризма у домаћој науци углавном се заснивало на донекле поједностављеној идеји о примени антрополошких знања у туристичкој пракси. У овом раду сумирани су неки од теоријских оквира проучавања туризма и наведени разлози због којих туризам може бити интересантан феномен за дубљу проблематизацију. Изложени су прелиминарни резултати истраживања концепција о туристичком развоју у општини Књажевац, и показано је како се кроз туризам могу „читати“ ставови испитаника према културној промени, транзицији, економији и функционисању локалне заједнице. На крају је указано на значај добијених закључака за даље анализе транзиторних процеса и примену антрополошких знања у овој проблематици.

*Кључне речи:* антропологија туризма, транзиција, примењена антропологија, источна Србија

### **Увод: антропологија, туризам и теорија**

Туризам као област не представља новину у антропологији. Наиме, једна од најчешће навођених области (потенцијалне) примене антрополошких истраживања управо је туризам.<sup>1</sup> Истовремено, ово је – могуће једина –

---

\* Текст је резултат рада на пројекту *Антропологија у XX веку: теоријски и методолошки домети*, који под бројем 147037 финансира МНЗЖС РС.

<sup>1</sup> В. Dennison Nash, *Tourism as an Anthropological Subject*, Current Anthropology Vol. 22 No. 5, 1981, 461-481; Jonathan Benthall, *The Anthropology of Tourism*, Anthropology Today, Vol. 4 No. 3, 1988, 20-22.

област у домаћој етнологији и антропологији у којој је примењени аспект развијен много више од теоријског.

Да ли ово делује невероватно? Чак и летимичан поглед на литературу,<sup>2</sup> као и чињеница да се туризам у програму основних студија Одељења за етнологију и антропологију помињао само у оквиру предмета *Примењена етнологија*,<sup>3</sup> упућују на овакав закључак. Додуше, могуће је да је непроблематизованост туризма као друштвеног и културног феномена у домаћој антрополошкој теорији последица чињенице да су се њиме већином бавили припадници других професија и сродних друштвених дисциплина. Међутим, делује као да су домаћи етнологи и антрополози углавном прихватили и усвојили „традиционалну“ перцепцију своје улоге у оквиру туристичке теорије и праксе, која се заснива на јако поједностављеној идеји о линеарном „преливању“ из истраживања у примену. Овако конципирана улога антрополога јесте да презентују резултате својих истраживања на начин који ће бити најкориснији за развој и одржавање туризма као привредне гране. У пракси, то је углавном значило да се антрополошки допринос првенствено очекује у домену „етно“ или сеоског туризма, који је заснован на „народној култури“, предмету за који су, претпостављало се, етнологи и антрополози по дефиницији стручни, односно стручнији од других. Другим речима, задатак етнолога и антрополога јесте да кажу шта је то „народна култура“ (термин, у овом контексту, повремено прагматички изједначаван са „народном традицијом“, „традиционалним начином живота“ и придевима „изворно“ и „аутентично“), да би је затим туристички радници, економисти, политичари и други заинтересовани могли преобликовати у туристички производ.

Међутим, однос туризма и антропологије није ни издалека тако једносмеран нити једноставан. Туризам је – слично образовању – легитимно подручје за антрополошко истраживање, барем колико и за примену. Савремена антропологија и културне студије туризма, слично антропологији образовања, препознају суштинску испреплетеност теорије и праксе, односно научног истраживања и примене резултата тих истраживања,<sup>4</sup> као и немогућност било њиховог раздвајања – дакле, модела у ком „теоријска“ истраживања постоје потпуно независно од контекста њихове реалне или потенцијалне употребе, било поједностављивања њиховог односа – дакле,

---

<sup>2</sup> Мислим првенствено на: Весна Ђукић-Дојчиновић, *Сеоски туризам Србије, Туристичко-културна анимација*, Београд 1992; Ista (priv.), *Kulturni turizam*, Kultura 103/104, Београд 2002; Душан Дрлјаča, *Problemi i perspektive stvaranja etno-parkova u Srbiji*, *Etnološke sveske* II, Београд 1978, 40-43; Бранка Јаковљевић, *Vukova spomen-kuća u Tršiću kao kulturno-istorijski spomenik i turistički motiv*, *Etnološke sveske* III, Београд 1980, 67-74.

<sup>3</sup> Ово је, макар, био случај током мог похађања основних студија, односно од 2000. до 2004. године.

<sup>4</sup> В. Јана Баћевић, *Веронаука и(ли) евронаука: критика елемената реформе образовања 2000-2003*, Гласник Етнографског института САНУ LIV, Београд, 2005, 173-185.

свођења на модел у ком резултати научног истраживања бивају „преливени“ из домена теоријског у домен практичне примене.<sup>5</sup>

Постоји много разлога због којих туризам може да буде интересантно подручје за антрополошко истраживање. Настанак туризма везује се за модерност. До тада, путовања су била привилегија малог броја авантуриста или богатих припадника грађанске класе у европским друштвима. Тек крајем XIX и почетком XX века долази до „масификације“ путовања, оснивају се специјализоване агенције, а туризам постаје један од најчешћих начина провођења слободног (*leisure*) времена све већег броја људи. У последњим деценијама прошлог века, растући број социјалних теоретичара почиње да туристу назива „парадигмом постмодерног човека“, а туризам – праксом која најбоље сажима карактеристике постмодерности (или друге модерности). Идеја која прожима ове радове јесте да је туризам, као пракса, један од кључних путева савремене културне промене, перцепције и културног контакта, те да туристичко искуство одговара савременим концепцијама идентитета као релационе и флуидне категорије, у процесу сталног поновног осмишљавања, односно конструисања и деконструисања у свету у ком више не постоје стабилне и фиксирани границе.<sup>6</sup> Као једна од омиљених метонимија за савремени живот уопште, туристичка пракса пружа могућности за бављење читавим низом проблема. Избор истраживачке стратегије, наравно, зависи од тога на који се сегмент туризма као појаве фокусирају конкретна истраживања.

Поред тога што подразумева реалне физичке, економске и политичке процесе, кроз туристичку праксу може се „читати“ читав сет проблема који су „традиционални“ домен антропологије. Ту спадају процеси конструкције, модификације и презентације индивидуалних, колективних, локалних, регионалних, етничких и националних идентитета, културни контакт, и – коначно – дефинисање и промену значења самог концепта „културе“, на коме се, заправо, заснива велики део туристичке праксе.<sup>7</sup>

У овом смислу, нарочито интересантан „терен“ представљају државе у транзицији. Наиме, пролиферација туристичке делатности у овим државама обично долази као корелат или пратилац процеса економске и политичке реформе, који подразумевају отварање ка глобалном тржишту и изградњу сопствене позиције на њему, у чему туризам често игра врло значајну улогу. Истовремено, овај процес подразумева трансформацију „традиционалних“

<sup>5</sup> Уп. John W. Bennet, *Applied Anthropology: Ideological and Conceptual Aspects*, Current Anthropology Vol. 37 No.1 (Supplement), February 1996, 23-53.

<sup>6</sup> B. Zygmunt Bauman, *From Pilgrim to Tourist – or a Short History of Identity*, Questions of Cultural Identity (eds. Stuart Hall & Paul du Gay), Routledge, London 1997; Chris Rojek & John Urry, *Transformations of Travel and Theory*, Touring Cultures (eds. Chris Rojek & John Urry), Routledge, London 1997; Eeva Jokinen & Soile Veijola, *The Disoriented Tourist: the Figuration of the Tourist in Contemporary Cultural Critique*, Touring Cultures...

<sup>7</sup> B. Jennifer Craik, *The Culture of Tourism*; Celia Lury, *The Objects of Travel*; Sharon MacDonald, *A People's Story: Heritage, Identity and Authenticity*, све у Touring Cultures...

концепција живота, рада, привређивања, становања итд., те се сматра периодом интензивне друштвене и културне промене.<sup>8</sup> Како је Илдико Ердеи истакла (на примеру блиском ономе који је овде употребљен), антрополошки приступ проблематици транзиторних процеса омогућава увид у искуство „живљене промене“, који излази из оквира посматрања транзиције као једнолинијског кретања од једног ка другом облику друштва, карактеристичног за „ортодоксније“ варијанте економије и политичких наука.<sup>9</sup> У овим случајевима, нарочито, рефлексивност која је већ неизбежан део антрополошког проучавања друштва и културе може се показати као вишеструко користан пратилац и коректив процеса интензивне промене.<sup>10</sup>

У даљем тексту следи приказ прелиминарних резултата истраживања концепција о туристичком развоју, обављеном у два наврата у Књажевцу, у јулу 2003. и 2005. године.<sup>11</sup> Како је туристичка пракса у Књажевцу релативно неразвијена, усредсредила сам се на концепције које локално становништво има о туризму као делатности и потенцијалном извору прихода. Није ми намера да овде прикажем целокупну грађу, нити да дајем конкретне препоруке за туристички развој књажевачког краја. Дакле, изложићу неке од доминантних идеја локалног становништва о туристичком развоју и размотрити импликације које овакви ставови могу да имају за туристичку праксу.

## Концепције о развоју туризма у Књажевцу

Општина Књажевац протеже се на површини од 1.202 квадратних километара, налази се у источном делу Србије уз границу са Бугарском, и улази у састав Тимочке крајине. Према попису из 2002, у општини Књажевац живи 37.172 становника, од чега 19.705 у граду, а просечна густина

---

<sup>8</sup> Наравно, ово не подразумева да постоје периоди који су „статични“, већ само да су у државама у транзицији – што је, уосталом, очигледно и из саме категорије – процеси промене очигледнији и више истицани на дискурзивном нивоу. Један од већ „класичних“ антрополошких текстова јесте текст Мориса Годелијеа, *Анализа транзиторних процеса*, ГЕИ САНУ XXXVIII, Београд 1985.

<sup>9</sup> Илдико Ердеи, *Богатство у транзицији – концептуализација богатства на примеру два књажевачка предузетника*, у Проблеми културног идентитета становништва савремене Србије, Београд 2005, 205-228.

<sup>10</sup> Исто, 209, 210, 211; в. такође Lila Abu-Lughod, *The Interpretation of Culture(s) after Television*, Representations No. 59, 1997, 109-134.

<sup>11</sup> Прво истраживање обавила сам у оквиру истраживачке теме „Народне представе о богатству и сиромаштву“, са менторком мр Илдико Ердеи; друго сам обавила као ментор са групом студенткиња (Јасмином Вермезовић, Иваном Сандић, Александром Фридл, Иванком Берисављевић) радећи на истраживачкој теми „Антропологија, туризам и транзиција“. Оба истраживања изведена су у склопу летње теренске праксе, коју Одељење за етнологију и антропологију организује у сарадњи са Завичајним музејем у Књажевцу. Свима поменутима, као и колеги Данијелу Синанију, а нарочито Душици Живковић и екипи из књажевачког музеја, захваљујем се на подршци и често врло инспиративној сарадњи.

насељености је 36 становника по километру квадратном.<sup>12</sup> Током деведесетих година XX века, као уосталом (у мањој или већој мери) и остатак земље, овај регион је претрпео привредну стагнацију у склопу опште економске кризе. У овом периоду, државна предузећа која су сачињавала главнину индустрије и производње у региону, пословала су лоше или су пала под стечај. У првој половини прве деценије XXI века, дакле, у периоду када је рађено теренско истраживање, књажевачка привреда почела је полако да се опоравља од последица ове стагнације, великим делом захваљујући помоћи и кредитима страних фондација. У овом периоду почиње и развој идеја о туризму као профитабилној привредној грани. Наравно, одређени туристички објекти постојали су у књажевачком крају и у другој половини XX века. Међутим, узевши у обзир да Књажевац не поседује ниједан од атрибута „класичних“ туристичких дестинација, дакле – нема излаз на море нити развијен планински туризам, овај туризам био је првенствено пословног, односно конференцијског типа. Такође, постојале су различите идеје о развоју сеоског, односно етно, и културног туризма; ипак, ниједна од ових иницијатива није попримила трајнији облик. Стога, мада књажевачки крај има историју идеја о развоју туризма, озбиљније иницијативе овог типа тек се развијају.

Из овог разлога је било очигледно да, у проучавању туризма у књажевачком крају, концентрисање било на конзументе, односно туристе, било на туристичку интеракцију не би могло да пружи вредне резултате. Стога, усмерила сам се управо на концепције, или „шеме“ у когнитивном смислу,<sup>13</sup> које испитаници имају о развоју туризма као привредне гране, нарочито у контексту транзиционе економије и друштвене трансформације. Испитаници са којима сам разговарала током теренског истраживања могу се, условно, сврстати у три групе. У једној су радници у туристичко-угоститељским објектима који су били у овој привредној грани и пре деведесетих година, или су активно укључени у развој туризма у овом периоду. У другу спадају сви они који су данас, директно или индиректно, укључени у развој и презентацију туристичке понуде, било тако што се активно баве овом граном, било тако што дизајнирају пројекте намењене развоју града или региона, који представљају шири оквир развоја туризма. У трећој групи налазе се испитаници који нису укључени у конструкцију и презентацију туристичког и културног идентитета општине Књажевац; међутим, њихови ставови према туризму и туристичком развоју такође су битни и показало се да се у великој мери подударају са ставовима испитаника из првих двеју група.

Разговори су углавном вођени као неформални, полуструктурирани интервјуи, са идејом да испитаници сами (наравно, уз минималну интервенцију истраживача) организују своје наративе везане за појмове који су од интереса у истраживању. Концентрисали смо се на следеће тачке:

<sup>12</sup> Подаци су са званичног веб-сајта општине Књажевац - [www.knjazevac.org](http://www.knjazevac.org).

<sup>13</sup> B. Roy D'Andrade, *The Development of Cognitive Anthropology*, Cambridge University Press, Cambridge 1995.

- 1) Опште идеје о туризму и туристичком развоју;
- 2) Концепције о томе шта је „туристички потенцијал“; конкретни (прошли, актуелни или будући) пројекти и планови за туристички развој;
- 3) Проблеми везани за развој туризма;
- 4) Туризам и транзициона економија (однос испитаника према државним, приватним, домаћим, иностраним и мешовитим инвестицијама; перцепција сопствене позиције у транзицији; однос према глобализацији).

На основу добијених одговора може се конструисати општа слика о концепцијама туристичког развоја. Сви испитаници имају према туризму и туристичком развоју веома позитиван став. Овде се не ради само о препознавању економског значаја туризма као привредне гране, већ и о исказаном поверењу у туризам као битан део презентације и истицања првенствено локалног, а затим регионалног и националног идентитета.<sup>14</sup> Међутим, туризам је (нарочито код испитаника који нису директно укључени у ову привредну грану) перципиран само као потенцијал (звучаће смешно, али одговор доброг дела испитаника на прво, најуопштеније питање о туризму био је парафраза чувене реченице из цртаног филма са Снупијем и другарима, и гласи *Коооји туризам?*). Наиме, испитаници истичу да туристичка пракса у Књажевцу и околини или готово да не постоји или је тек у заметку. Као туристички потенцијал, на првом месту је перципирана природа, односно еколошки и здравствени туризам. Испитаници истичу посебност „нетакнуте“ природе и ресурса као што су шуме, извори, ваздух, пољане и др.<sup>15</sup> У овом смислу, посебна вредност придаје се Бабином зубу, односно делу Старе планине у релативној близини Књажевца, на ком заправо и постоје туристички објекти, мада са ограниченом наменом. На другом месту су сеоски и културни туризам. Испитаници овде рефлектују део дискурса о етно-туризму, истичући предности „аутентичног“ искуства које потенцијални туристи могу да стекну живећи у сеоским домаћинствима и учествујући у њиховим свакодневним активностима. Међутим, одмах се сусрећемо и са аутокритиком која се односи на недостатак инфраструктуре. Наиме, испитаници истичу да је за функционисање сеоског туризма неопходна инфраструктурна подршка која би испунила „стандарде страних туриста“: под овим обично подразумевају организацију транспорта (путева и превозних

---

<sup>14</sup> Хијерархизација није случајна. Наиме, упитана о развоју туризма, већина испитаника се прво усмерава на локални ниво (везан за Књажевац као град или општину, дакле укључујући и околна села), затим на регионални (односно, туризам у источној Србији), и на крају – мада не обавезно – на значај туризма као дела националног.

<sup>15</sup> Истицање „нетакнуте природе“, као нечега што је *differentia specifica* или јединствена предност сопственог краја/земље/културе, прилично је често у оваквим дискурсима; в. на пример Anastasia G. Stamou & Stephanos Paraskevopoulos, *Images of nature by tourism and environmentalist discourses in visitors books: a critical discourse analysis of ecotourism*, *Discourse & Society* Vol. 15(1), 2004, 105-129.

средстава), уређење водовода и канализације, обезбеђивање редовног снабдевања електричном енергијом и подизање смештајних капацитета на ниво иностраних, односно европских (опште место у нарацији гласи овако: *Странци су размажени, они очекују нешто. Неће он да гаца кроз блато пет километара до куће у којој је одсео, па онда кад дође, да види да нема струје...*). Овде је неопходно напоменути да сви – и туристички радници и „независни“ испитаници – као потенцијалне конзументе првенствено виде стране туристе (из региона и Западне Европе), па тек онда домаће. Домаћи туристи перципирани су као конзументи искључиво „класичнијих“ облика туристичких понуда, као што су морски и планински туризам (*Неће наш човек да долази на село. Шта он ту има да види што већ није видео? И кад заради неки новац, он ће то много пре да потроши да оде са породицом на летовање, на море, него да путује по Србији*). Мало је другачије са културним туризмом. Испитаници сматрају да локалне културно-историјске знаменитости (првенствено, спомен-кућа Аце Станојевића – некадашњег познатог политичара из Књажевца, члана Пашићеве Радикалне странке, Гургусовачка кула, археолошко налазиште *Timacum minus*, затим неки локални фестивали, као што је Молитва на Миџору, Сајам вина и др.) могу бити интересантне и за домаће и за стране туристе. Овде је од нарочитог значаја „средња“ категорија, односно сународници на привременом раду у иностранству, емигранти, и њихови потомци. Они се перципирају као потенцијални конзументи и сеоског и културног туризма: испитаници сматрају да им мора бити интересантно да се сусретну са што „аутентичнијом“ Србијом и српском народном традицијом. Постоји неколико пројеката који подразумевају организацију летњих школа или кампова у које би деца Срба из дијаспоре долазила да уче (или усаврше) српски језик, а затим и да упознају „српску културу“, односно елементе популарно конципиране народне традиције.<sup>16</sup>

Поред еколошког, сеоског и културног, потенцијал се види и у развоју спортског, здравственог, конференцијског и транзитног туризма.<sup>17</sup> У овим гранама већ постоје неки остварени пројекти, али о њима испитаници углавном не говоре много, не сматрајући их нарочито значајним, или их сматрајући самодовољним, неповезаним са „главним“ туристичким потенцијалима.

Долазимо до једног од најинтересантнијих делова, а то су проблеми у вези са туристичким развојем. У овом случају, испитаници – без изузетка – проблемом сматрају чињеницу да туризам *није* развијен, а не потенцијалне негативне последице његовог развоја. Као разлоге за неразвијеност туризма,

<sup>16</sup> Детаљно разматрање онога што се у овим случајевима сматра српском културом или традицијом захтевало би посебан рад, али углавном подразумева (поред језика) религију (православну), обичаје, елементе усменог народног стваралаштва и технологију израде неких елемената материјалне културе, укључујући грнчарију, одећу, ћилиме, храну и др.

<sup>17</sup> Спортски туризам у овом случају подразумева смештај професионалних или аматерских спортиста на припремама за такмичења, здравствени туризам се углавном односи на бање и лековите изворе, конференцијски – на смештај и организацију различитих облика пословних сусрета, а транзитни – на угоститељство за особе које су на „пропутовању“.

поред историјског контекста економске и политичке кризе током деведесетих, испитаници редом наводе: недостатак подршке, иницијативе и улагања од стране државе, политичке тензије и несугласице на локалном страначком нивоу, конфликте, сукобе и „завидљивост“ у локалној заједници, и на крају, неразвијеност тржишног „менталитета“ или тржишне логике код локалног становништва. Све четири групе навођених разлога врло су индикативне. Наиме, неповерење према „вишим инстанцама“ у виду државне администрације очитује се и као антагонизам између центра и периферије, односно – Београда као главног града и „запостављених“ региона, у које спада и источна Србија. Наравно, на наративном плану се овај став чешће појављивао у разговорима вођеним у 2003. години. Већ 2005. године приметно је опадање учесталости помињања „запостављености“ унутрашњости Србије, а сви испитаници подржавају регионализацију и развој система локалне аутономије. Може се чак рећи да критеријум локалности постаје кључан, јер су – за разлику од 2003, када су истицали да преферирају стране инвестиције у односу на државне – 2005. испитаници једнако позитивно оријентисани и према државним, односно националним, и према страним, и према мешовитим инвестицијама – докле год су оне усмерене на развој локалне или регионалне привреде и туризма као њеног саставног дела. У оквиру ове шеме може се читати и позитивна евалуација сабора на Кадибогазу, обичаја да се једног викенда у јулу сваке године „отвара“ оближњи гранични прелаз између Србије и Бугарске, којом приликом се организује нека врста вашара или фестивала, са очекиваном интензификацијом пропратних елемената попут трговине и забаве. Апсолутно ниједан испитаник, причајући о овом догађају, није показао ни траг негативне евалуације Бугара као суседног народа; напротив, делује као да могућности за трговинску и културну размену, које отвара поменути обичај, имају искључиво позитивне ефекте на перцепцију испитаника. У истом смислу, постоји сарадња између Туристичке организације општине Књажевац и сличних организација у суседним земљама, која је такође врло позитивно оцењена.

Када су у питању друга и трећа група разлога, очекивано је да испитаници нису желели да залазе у детаље и именују појединце или странке које сматрају актерима или узроцима конфликта, осим изузетно, али су и у овим случајевима инсистирали на „тајновитости“. Оно што је очигледно, то је да постоје антагонизми између припадника и локалних представника различитих политичких партија, и да испитаници често ову припадност и исходеће (претпостављене) идеолошке преференције означавају као узрок неуспешности појединих иницијатива за туристички развој. Постоје приче чији фрагменти подсећају на Ковачевићеву „легенду о неразвијеном туризму“.<sup>18</sup> Исто тако, и даље је приметна подела на линији државни – приватни сектор (обично радници у државном сектору критикују оне у

---

<sup>18</sup> Иван Ковачевић, *Семиологија мита и ритуала II: савремена друштва*, Српски генеалогски центар, Етнолошка библиотека, Београд 2002.



приватном, оптужујући их за похлепу, непоштено богаћење, монопол, непотизам, корупцију и сл.), мада је ово разграничење такође изгубило на учесталости између 2003. и 2005. године, вероватно захваљујући убрзаној приватизацији и трансформацији државних предузећа.

Када је у питању четврти тип разлога, опет се сусрећемо са једном врстом аутокритике, или, чак, са обликом аутобалканизације.<sup>19</sup> Дакле, испитаници окривљују своје суграђане (понекад и сународнике у целини) за поседовање „менталитета“ који није тржишно оријентисан. У пракси, ово се углавном приписује утицају комунизма и социјализма: испитаници сматрају да је непостојање тржишне конкуренције (у правом смислу те речи) у некадашњој Југославији условило код људи специфичан ментални склоп који укључује пасиван однос према раду, лењост, неспремност за ризик и покретање иницијатива, склоност ка избегавању одговорности и одсуство свести о динамици и захтевима тржишта. Ово би био „идеални модел“ нетржишног менталитета, на супрот коме је постављен „западни“, тржишни менталитет, са особинама као што су марљивост, посвећеност послу, инвентивност, креативност и самосталност у раду, те свест о томе да је „све на продају“, што је перципирано као један од узрока успешности западних економија. Интересантно је да је у овом случају тржишни менталитет готово без изузетка позитивно евалуиран, односно да нема трагова критике „материјализма“ и „одсуства духовних вредности“, каква се очекује и често среће у овом типу етнокласификације. Још је интересантнији дуализам позитивне и негативне евалуације сопственог идентитета: с једне стране, истичу се предности српске земље и српске културе (нарочито, опет, по питању „природних богатстава“), али се, са друге стране, интензивно критикује „ментални склоп“ оних који настањују ту земљу и стварају ту културу. Наравно, испитаници никада не примењују потоњу негативну евалуацију на саме себе, већ је то увек неко други, односно неки други (мада унутрашњи) који су такви-и-такви, те због тога привреда и туризам не могу да се развију. Истовремено – супротно очекивањима када су у питању етнопсихолошке аутокарактеризације каква је ова – одсуство „тржишног менталитета“ није перципирано као стална, фиксирана и непромењива особина. Већина испитаника, заправо, верује да ће се људи прилагођавати захтевима тржишне економије, те ће или усвојити тржишну логику или заувек испасти из конкуренције (овај облик, условно речено, социјалног дарвинизма у ком преживљавају најспособнији, односно најадаптиранији, као идејни склоп често је повезиван управо са земљама са развијеним капитализмом).

Коначно, визија туризма у транзиционој економији сумира код испитаника претходно наведене елементе. Дакле, преовлађује врло позитивна евалуација реформи, транзиције, регионализације, приватизације и свих облика (нарочито страних) инвестиција које подстичу развој локалне привреде и туризма као њеног саставног дела. Део испитаника показује неки степен страха од „глобализације“, у смислу губитка „сопствене“ културе, али

<sup>19</sup> В. Marija Todorova, *Imaginary Balkan*, Biblioteka XX vek, Beograd 1999.

на наративном нивоу тај страх бива потиснут у други план пред наведеним предностима које носи укључивање у глобално тржиште. Туризам је овде перципиран као битан фактор не само у економском, односно тржишном смислу, већ и као могућност за приказивање локалног, регионалног и националног идентитета. Део испитаника укључених у туристичку делатност тренутно стање неразвијености или слабе развијености туризма углавном објашњава екстерним факторима, конфликтима на локалном нивоу, или „менталитетом“ својих суграђана или сународника, док се сами осећају прилично сигурно. Заправо, ови испитаници делимично преузимају улогу „професионалних информаната“, дајући експертизу како у домену потенцијалних корисника туристичких услуга, тако и у домену локалног становништва које би требало да учествује у стварању и изведби туристичког производа. Ово је, наравно, у одређеном смислу очекивано, узевши у обзир да наведени испитаници често заузимају положај „локалних познавалаца“ и себе доживљавају као другачије, издвојене, различите од својих суграђана. Међутим, такође је уочљиво да код свих испитаника постоји потпуно одсуство проблематизације транзиције као процеса и недостатак свести о глобалном плану и могућим негативним последицама. На пример, упитани да ли се плаше могућег губитка радног места као саставног дела приватизације и трансформације, већина испитаника каже да не размишља о томе, или заузима фаталистички став типа „шта буде, биће“ и додатно истичу да ће о томе размишљати када се и ако се то деси. Исто тако, нема готово никаквог става у односу на могуће последице туристичког развоја по екологију тога краја. Стога, следи да је транзиција углавном перципирана као ствар добра сама по себи, о чијим се потенцијално негативним последицама не размишља или не дискутује.

## Закључак

Анализиране концепције о развоју туризма у Књажевцу наводе на један битан закључак. Принципијелно позитивни ставови према транзицији и туризму као грани привреде указују на то да су испитаници склони да некритички прихватају одређене концепције, докле год делује као да оне могу, у крајњој линији, резултирати личним, локалним, регионалним или националним економским просперитетом (а, у случају „менталитета“, и отклањањем једног од узрока привредне заосталости). Велике наде уложене у трансформационе процесе могу да доведу до јаких реакција једном када се испитаници суоче са неизбежним, мање позитивним странама економске глобализације. Стога је неопходно указати на одсуство критичког и рефлексивног става према овом питању, што поново негира теорију о рационалном одлучивању индивидуалних актера.<sup>20</sup>

Наравно, циљ овога рада није да критикује или похвали пратеће елементе транзиционе економије, већ пре да укаже на неке од потенцијалних

---

<sup>20</sup> В. И. Ердеи, *Богатство у транзицији...*, 210.

или постојећих проблема у односу између антропологије туризма и њене примене. Стога мислим да је важно узети у обзир да ставови локалног становништва, односно њихове концепције о развоју туризма као саставног дела процеса транзиције, играју и играће битну улогу у било ком пројекту употребе антрополошких знања у ову сврху. Независно од тога да ли, појединачно,<sup>21</sup> заступамо моралну неутралност или морални ангажман антрополога,<sup>21</sup> симплификована идеја о „преливању“ из антрополошке теорије у примену не делује као добро решење. Опет, независно од стварног домета наших закључака, критичка рефлексија о процесима промене, кроз које пролази друштво у коме живимо, може да буде много кориснија како за антропологе, тако и за проучаване.

---

<sup>21</sup> За дебату о овим крајностима в. Roy D'Andrade, *Moral Models in Anthropology*, *Current Anthropology*, Vol. 36, No 3, Jun 1995, 399-408; Nancy Scheper-Hughes, *The Primacy of the Ethical: Propositions for a Militant Anthropology*, *Current Anthropology*, Vol. 36, No 3, Jun 1995, 409-440.

**Jana Baćević**

## **Anthropology, Tourism and Transition: Concepts of Tourism Development in Knjaževac\***

*Key words:* anthropology of tourism, transitional processes, applied anthropology, Eastern Serbia

Anthropological research of tourism in Serbia has usually followed a somewhat simplified concept according to which theory translates into application or practice; that is, anthropology offers conclusions to be later applied in tourism development. The domain of anthropological expertise in this matter was traditionally considered to be “popular” or folk culture, or rather its use in tourism. However, I claim that anthropology of tourism offers a greater number of research opportunities, especially in view of development of tourism as part of transitional processes. In this paper, I present the preliminary results of research on concepts of tourism development in Knjaževac, conducted in 2003 and 2005, and point to how attitudes that people have towards tourism reflect their perception and conceptualization of wider social and economical processes such as transition and globalization. Finally, I discuss some of the implications of these concepts for the future application of anthropology in tourism research.

---

\* Translated by the author.