

## Етносоцијалне туристичке вредности Браничевског округа

Игор Тришић<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup> Докторанд, Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи

**Сажетак:** Браничевски округ обилује богатством различитих типова туристичких мотива. Карактеришу га разноврсни облици рељефа какви су планински предели Хомоља и Звижда, и равничарски у Подунављу, Поморављу, Млавском крају и у Стигу. Ове просторе насељава један народ чије културне вредности могу имати значајан удео у туристичкој понуди овог дела земље. Управо етносоцијалне вредности Влаха, уз помоћ локалне заједнице и туристичких организација могу креирати занимљиве програме туристичке анимације, прилагођене свим старосним структурама и интересовањима.

**Кључне речи:** Браничевски округ, етнографија и туризам, етносоцијалне вредности

**JEL класификација:** L83, Z32

## Ethno-social tourist values of Branicevo District

**Abstract:** Branicevo district is rich with different types of tourist values. It is characterized by diverse landforms such as mountain areas as Homolje and Zvižd; plains along the rivers of Danube, Morava, Mlava and Stig. This region is inhabited by a population whose cultural values can make the significant share of tourist offer in this part of country. Ethno-social values of Vlachs, together with local community and tourist organizations support, can create interesting tourist entertainment programs, adjusted to all age groups and interests.

**Key words:** Branicevo District, ethnography and tourism, ethno-social values

**JEL classification:** L83, Z32

### 1. Увод

Браничевски округ насељавају Власи, народ који поседује богату традицију и изразите традиционалне обичаје који се поштују и данас. Њихова култура у комбинацији са природним вредностима региона у којем живе, поседује значајне атрибуте за креирање туристичког производа којег је препознала, дефинисала и промовише Туристичка организација Србије као значајан и препознатљив потенцијал наше земље ([www.serbia.travel](http://www.serbia.travel)). Циљ овог рада јесте да се анализом етносоцијалних и етнодемографских туристичких потенцијала различитих дестинација сличних Браничевском округу, који су садржани у одређеним писаним подацима, као и анализом података након спроведене анкете међу

---

\* [trisici@hotmail.com](mailto:trisici@hotmail.com)

важним туристичким групама а која се тиче ставова о етносоцијалним мотивима Браничева, изнесе закључак да ли би фолклор Влаха укључен у програме анимације дао позитиван допринос туристичком развоју као аутентичан производ; какав је случај са другим регионима у свету и код нас. Пример је туризам Канаде где су челници препознали значај културе Индијанаца за многе туристе из света, где туризам производи користи широких размера. Претпоставка је да и овај округ Србије представља својеврсну ризницу раритетних антропогених мотива који могу бити кључан основ за туристичку валоризацију и позиционирање Републике Србије на туристичкој сцени, што би се анализама података могло потврдити или оповргнути. Задатак овог рада јесте приказ одабраних прикупљених података анализом постојећих писаних извора података, који представљају тренутно стање активираних мотива или обухваћених планским валоризацијама, као и приказ података добијених анкетом, са циљем да се што боље сагледа слика стања која у многоме може да унапреди идеје локалне заједнице зарад будућих инвестиција у туристичку инфраструктуру овог дела Србије. Други важан задатак овог рада јесте изнети предложене моделе анимације, кроз које етносоцијални мотиви могу унапредити постојећу туристичку понуду. Предмет анализе у овом раду су антропогене вредности Браничевског округа, попут фолклора Влаха, које појединачно или скупа представљају етнографски туристички потенцијал.

## **2. Анализа литературе**

Поред физичко-географских и друштвено-географских карактеристика Браничевског округа, са аспекта туристичке афирмације, велика пажња треба бити усмерена на изучавање појединачних етносоцијалних вредности. Оне представљају фолклорно наслеђе, односно темеље материјалне и духовне културе. У значајне елементе фолклорног наслеђа спадају: ношња, обичаји, начин живота, домаћа радиност, изворни народни мелос и начин исхране. Методом анализе података стања туризма у одређеним регионима света и у појединим деловима наше земље, у вези са имплементацијом фолклорног наслеђа у туристичке токове, дошло се до значајних података који могу допринети доношењу одговарајуће стратегије са позитивним резултатима афирмације туризма уз помоћ етносоцијалних вредности (Пауновић, 2001).

*Анализа I* - Значајан пример за поређење забележен је у туризму Канаде, односно код укључивања Индијанаца у туристичке токове Онтарија. Индијанци имају доста тога да понуде туристима. Ту су шетње кроз нетакнуту природу, манифестације, обичајне церемоније, плесови попут „Паувау“, израде тотема, сувенира и других обредних индијанских активности, за које је иначе заинтересовано читаво човечанство. У периоду од 2009-2010. године, Туристички Комитет Канаде (*Canadian Tourism Commission*) спровео је истраживање о значају индијанске културе за развој туризма. Испитано је око 1.500 потенцијалних туриста, који планирају да путују у Канаду. Испитаници су становници три најзначајније емитивне земље у Европи: Велике Британије, Француске и Немачке. Анкетираним туристима је постављено питање важности етносоцијалних индијанских вредности ка њиховом опредељењу за путовањем у Канаду, и на који начин виде своју улогу у активностима у дестинацији у односу на Индијанске народе. Да су етносоцијалне вредности Индијанаца значајне за доношење одлуке о путовању у Онтарио изјаснило се 85% испитаних у Француској, 72% у Немачкој и на крају 46% испитаних у Уједињеном Краљевству, што је укупно у просеку 67,67%.

Демографске карактеристике испитаних су такве да су ова лица углавном у браку и у питању су образованији људи. Упитником се такође дошло до податка да испитаници желе да осете авантуру са Индијанцима, да сазнају нове ствари и остваре аутентичан контакт, кроз који ће лакше упознати нетакнуту природу Канаде. Млађи испитаници су се још определили за возњу кануом, кајаком, за јахање, брзинско сплаварење итд. Основни мотив за путовање свим испитаним лицима јесте да се осети нешто друкчије у јединственом окружењу и то уз упознавање јединствене и ретке културе у свету, каква је индијанска (Бесермењи и сар., 2011). У валоризацији туристичких потенцијала Браничевског округа, наведени резултати истраживања у *Анализи I* могу бити од великог значаја и могу дати добар пример. Овакав модел може бити примењен и у Републици Србији. Овај округ има на располагању етносоцијалне вредности Влаха а најважнија улога туризма била би интензивно одржавање узајамне везе на релацији фолклорног наслеђа, традиције и посетилаца. Са другог аспекта туризам ће имати повољан утицај на поменуте вредности у смислу одрживости јер фолклорне вредности и овде полако губе свој изворни облик и карактер.

*Анализа II* - У прилог значају сведоче и подаци добијени из другог истраживања које се тиче туризмолшке валоризације етнографских манифестација у Србији. Овде се према садржају програма и значају манифестација истичу следеће категорије као најзначајније: смотре обичаја (88 манифестација), смотре фолклорних игара и изворне народне музике (64 регистрованих манифестација), дечји фестивали фолклора и народног стваралаштва и смотре народних обичаја (61 манифестација), смотре изворне народне музике (21 манифестација), жетвене свечаности (14 манифестација) и друге (Бјељац и Ђурчић, 2010). У овом истраживању коришћени су подаци туристичких организација, агенција и студија случаја која је укључивала и спровођење појединих упитника. Након опсежне валоризације изведена је општа оцена етнографских манифестација на основу географских и економских критеријума. Дефинисане су две категорије манифестација: 1) Оне које могу да чине самосталну туристичку вредност и где се по броју са највише стечених валоризованих бодова налазе – „Косидба на Рајцу“ 92 бода, „Дужијанца“ у Суботици са 81-ним бодом, „Сабор народног стваралаштва Србије“ на Опленцу са 80 бодова и др. (бодовање се вршило у опсегу од 0 до 100) и 2) Етнографске манифестације које представљају значајну допуну туристичког боравка. Међу онима са највише валоризованих бодова налазе се: „Златне руке Србије и градова“ са 69 бодова; „Хомољски мотиви“ са 61-ним бодом; „Етнофестивал хране Војводине“, Нови Сад са 61-ним бодом; „Словачке народне свечаности“, 60 бодова где следе и друге свечаности мањих вредности. Резултати истраживања показују да су са највише бодова манифестације коју имају за циљ презентацију етносоцијалних фолклорних вредности народа одређеног региона, и то обично оног у којем се манифестација реализује. Добијени подаци потврђују да етносоцијалне вредности Браничева такође могу бити од пресудног значаја за развој туризма овог дела Србије и могу представљати значајан атрактиван антропогени атрибут („Хомољски мотиви“). Подршку таквом развоју треба дати и локална заједница. Она свакако треба бити укључена у стратегију, промоцију и имплементацију туристичког развоја јер постоје директне користи од позитивног туристичког развоја. У прилог томе говоре подаци добијени истраживањем локалне заједнице у заштићеном природном добру – националном парку „Ђердап“ који има блиских територијалних веза са Браничевским округом. У *Анализи III* - узорак је сачињавало 227 испитаника, од којих је 121 било женског пола. Испитаници су различитих професија. Анкету су спроводили истраживачи Географског института „Јован Цвијић“ САНУ у сарадњи са Центром за културу у

Кладову (Brankov и сар., 2015). Одређене тврдње односиле су се на тумачење различитих аспеката на релацији посетиоци – локално становништво. Испитаници су у великом проценту сагласни у тврдњи да развој туризма не ремети активности локалног становништва (81,5%), као и да не спречава локално становништво да приступи неким атракцијама у националном парку (80,2%). Више од пола испитаника (57,7%) сложило се да туризам у њиховом насељу/општини стимулише развој локалне културе и не угрожава интегритет и аутентичност заједнице. Ипак, на ову тврдњу значајан део испитаника дао је неутралан одговор (20,7%) или се није сложио (21,6%). Подаци добијени у овом истраживању могу користити приликом планирања туризма у Браничевском округу, где се такође могу очекивати исти или слични позитивни ставови локалне заједнице по питању туризма у сопственом насељу или општини.

На егзистенцију важних друштвених обележја највише утиче интензиван развој друштва. Многе етносоцијалне вредности и у Браничевском округу су на самој граници изумирања. Њихова анимираност првенствено у туристичке сврхе, може одржати и чувати њихов интегритет, како у сфери духовне, тако и материјалне културе. Афирмација фолклорних елемената Браничева треба да имплементира све видове манифестација, сајмове, изложбе, писана и звучна медијска средства и друге видове промоције етно елемената, кроз које ће се туристи упознати са комплетном културом овог народа. О значају наведеног потврђују и подаци добијени истраживањем мотивације студената за одређеном врстом путовања - *Анализа IV*:

Овде је анкетирано 128 студената Економског факултета у Крагујевцу. Они су се изјашњавали о изазовима руралног простора Србије, с циљем перспективнијег туристичког развоја. Између осталог као главне мотиве за путовањем истакли су: очувану природу (102 опредељена испитаника), етно садржаје (71), локално гостопримство (63), традиционалну храну (61), богату флору и фауну (50), локалне обичаје (37) и друге мотиве са вредностима мањим од 30 (Milenković & Utvić, 2013). Анализом добијених вредности фолклор је у смислу етносоцијалних мотива значајан катализатор туристичких кретања присутан и код популације студената који се опредељују за тематске видове туризма а понекад и теренске вежбе у истраживачке сврхе, које ове мотиве могу да укључују као значајне комплементарне садржаје у комбинацији са научним. *Анализа V* - Да фолклорни туристички мотиви немају примат само у одређеним руралним подручјима него и у срединама попут главних градских центара, сведоче подаци који су добијени након истраживања фактора мотивације туриста који посећују Београд. Истраживање је спроведено 2015. године а укупан број испитаника је 157. Испитаници су различитих доби и професија. Они су оценама од 1 до 5 оцењивали различите тврдње и истицали важност једних у односу на друге конотације из упитника. На тврдњу истинитости разлога због којих се опредељују за путовање у Београд, са највећим просечним оценама наводе се следећи: забављање (4,53), посета занимљивим местима (4,18), удаљавање од рутине (4,16), узбуђење (4,14), учење о локалном начину живота (3,97) и остали разлози. Са аспекта активности којима се испитаници баве на овом путовању, међу највише оцењеним издавају се: Контакт са локалним становништвом (3,74), разгледање културних атракција (3,68), рекреација (3,25), присуствовање догађајима (2,92), и други чије су вредности испод 2,60 (Todorović & Jovičić, 2016). Анализом добијених просечних оцена, највеће оцењене активности поново су социјал-културног карактера и врло вешто се могу комбиновати са забавом и манифестацијама, кроз које се остварује контакт између туриста са једне стране и припадника локалне заједнице са друге. Добар пример за то је свакако средина попут градске, која има широк дијапазон

мотива а ипак су они са етносоцијалним карактером навођени као важнији. Збирно, резултати из поменутих истраживања указују на тренд интересовања свих старосних структура, различитих профила образовања туриста, из различитих средина и региона, ка путовањима из етнографских, културних и етносоцијалних разлога и то с циљем упознавања других култура и обичаја, што нам пружа могућност да се у планирању туризма у Браничевском округу можемо ослонити на етносоцијалне вредности народа овог дела земље.

### 3. Улога етносоцијалних вредности у туристичкој валоризацији

У раду су коришћене две методе истраживања. У трећем поглављу коришћен је метод анализе прикупљених података из различитих истраживања која се тичу теме рада и чији исходи могу користити у доношењу значајних закључака и представљати примењив модел; док је у овом четвртом поглављу одабрана анкета као метод истраживања. На основу добијених резултата закључиће се да ли одређени елементи културе могу имати значај у туристичкој валоризацији Браничевског округа и да ли фолклор Влаха може представљати сегмент етногеографског потенцијала вишеструке улоге, о чему сведоче резултати претходних анализа. За утврђивање ових вредности позитивних резултата, мора се поћи од основних постулата:

- ✓ Кроз туристичку афирмацију јачала би се свест локалне заједнице да је туризам део савремених токова, и да ће се као коначан исход јавити економски ефекат кроз све видове потрошње и упошљавања а најизраженији утицај испољио би се у руралним срединама;
- ✓ Фолклор укључен у туристичку понуду руралних средина остајао би одржив;
- ✓ Кроз одређене програме, интензивно би се активирали нови, како културни тако и природни туристички мотиви;
- ✓ Кроз фолклор долазило би до размене искустава између двеју или више култура различитих народа;
- ✓ Етносоцијални мотиви били би основни елемент манифестационог и културног туризма, а упоредо би се анимирали и одржавали сви остали облици туристичких кретања;
- ✓ Правилном валоризацијом етносоцијалних мотива, активирале би се нове, а већ постојеће манифестације постајале би посећеније;
- ✓ Кроз различите програме, упошљавао би се велики број различитих стручњака, како из сфере туризма тако и из осталих привредних грана, првенствено локалног становништва.

Како су напред прикупљени резултати могли послужити као добар модел за туристичку валоризацију, у току априла 2017. године спроведено је истраживање од стране аутора у вези путовања у Браничевски округ – *Истраживање I*; како би се потврдиле добијене чињенице за предметну дестинацију рада. Анкетирање је извршено међу 124 потенцијална путника. Укупно 81 лице старости од 17 до 25 година; 26 лица старости од 26 до 49 година и 17 лица старости 50 и више година живота. Сва анкетирана лица су бар једном путовала. Градови у којима живе испитаници су Смедерево, Београд, Ковин, Инђија, Ниш, Панчево и Карлсруе у Немачкој, а који могу представљати емитивне центре за Браничево. Њима је у склопу писаног упитника између осталог постављено и питање: За одабир путовања у Браничевски округ одредили би сте се за боравак који укључује: а) упознавање само етносоцијалних вредности округа са елементима фолклора, б)

одмор који укључује природне вредности или в) путовање које укључује оба мотива. Резултат се може приказати табеларно:

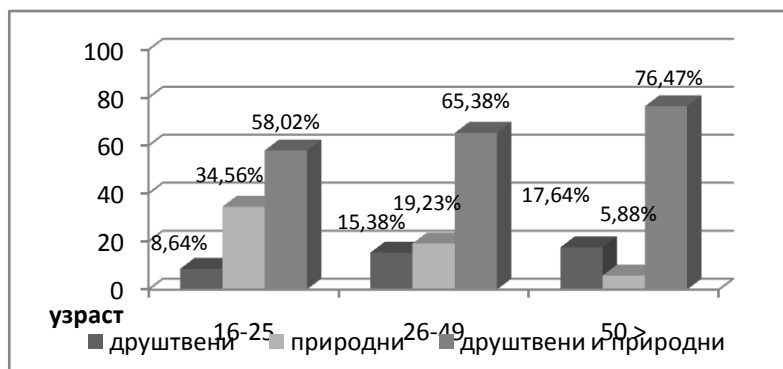
Табела 1: Одговори испитаника у вези мотива туристичког путовања у Браничевски округ

Старосна структура	Путовање са етносоцијалним мотивом	Путовање са природним мотивом	Путовање комбиновано са оба мотива
<b>124 испитаника</b>			
Узраст: 17-25 (81 испитаник)	14	32	78
26-49 (26 испитаника)	испитаника	испитаника	испитаник
50> година старости (17 испитаника)	12,09%	26,61%	62,9 %

Извор: (Упитник аутора)

Укупно 12,09% испитаника изјаснило се за први облик путовања, 26,61% испитаника изјаснило се за други облик и 62,9% дало је предност путовању које укључује оба туристичка мотива. Анализом прикупљених података уочава се да је у све три старосне групе трећи облик путовања најзаступљенији, односно потенцијални туристи се најрадије опредељују за путовање које укључује спознају и природних и етносоцијалних вредности. У старосним структурама 17-25 и 26-49 природни има предност у односу на етносоцијални мотив. У трећој старосној категорији 50> етносоцијални мотив је изражен као значајнији. То се може повезати са старосном доби у којој туристи очекују да на путовању размене искуства са локалном заједницом и то у погледу етносоцијалних животних навика; за разлику од млађе популације са слабијим искуством али са жељом да овај мотив буде комплементаран део њиховог путовања, и то у комбинацији са неким од природних мотива. Одговори према старосним структурама испитаника могу се приказати и графички:

Слика 1: Приказ опредељености испитаника по врсти мотива и старосној структури



Извор: (Упитник аутора)

Овакав приказ значаја фолклорног наслеђа за туризам врло је сличан са резултатима и моделима навођених истраживања у анализама. Резултати су готово идентични у погледу вредности са резултатима из истраживања канадског туризма

– *Анализа I*, где се за етносоцијалне вредности определило у просеку 67,67% испитаника; затим са резултатима из *Анализе IV* у којој се 55,46% студената изјаснило за исти мотив; и са просечном оценом од 3,97 у корист учења о локалном животу од стране путника у Београд, у *Анализе V*.

То отвара могућност за планирање и реализацију стратегија оваквих видова и облика туристичких кретања, које садрже наведене мотиве као комплементарне антропогене вредности. Анимацијом народног мелоса, обичаја Влаха, ношње и исхране; афирмисали би се и други мотиви, који у Браничеву имају туристички карактер. Тако би се добио јединствен и квалитетан туристички производ, прихваћен и имплементиран од стране локалне заједнице, интересантан свим циљним групама туриста, што анализе и потврђују.

#### **4. Модел туристичке афирмације етносоцијалних вредности Браничевског округа**

Могуће моделе програма туристичке афирмације Браничевског округа треба везати за друштвене активности односно за добијене резултате анализа. То могу бити активне такмичарске природбе, моделарство или анимација различитих хобија са елементима домаће радиности, ношње, начина исхране и појединим појединачним или друштвеним обичајима Влаха. Циљ оваквих туристичких програма је упознавање са етнодемографским структурама и етносоцијалним вредностима. За њихову валоризацију и имплементацију нужно је укључивање локалних туристичких организација, локалних управа, туристичких агенција и Туристичке организације Србије као важног субјекта и промотера како на домаћој, тако и на међународној сцени. То потврђују одговори испитаника из анкете аутора – *Истраживање I*, где су се испитаници изјашњавали о извору прикупљања туристичких информација о појединим дестинацијама у Браничевском округу. О томе где би се информисали о постојању појединих мотива, од укупно 124 упитана лица 12,09% би информације прикупило код локалног становништва, 58,06% код туристичких организација и агенција и 38,7% преко интернета и других медија (подаци добијени упитником аутора).

Анализом датих одговора уочава се да активност туристичких организација све више добија на значају приликом информисања туриста и да туристи очекују услуге од ових установа. Стога кључну улогу у промоцији етносоцијалних вредности Браничевског округа треба да имају туристичке организације. У напред наведеној анализи туристичке валоризације етнографских манифестација у Србији, област сарадње са туристичким организацијама се своди у највећој мери само на пружању информација о датумима одржавања манифестација. У ређим случајевима код манифестација „Косидба на Рајцу“, „Етнофестивал хране и музике“, „Златне нити“ се бележи промоција и организација од стране локалних туристичких организација, док у великом броју случаја манифестација, сарадња не постоји ни у једном облику (Бјељац и Ћурчић, 2010).

Етнографске вредности којима располажу одређене туристичке дестинације чине најважнији фактор у процесу сједињавања туризма са традицијом, историјом и локалним културолошким идентитетом. Реализација ефективног и ефикасног искоришћавања потенцијалних вредности појединих дестинација, па и руралних, стални је задатак локалних и регионалних туристичких организација. Кључни одговор налази се у активностима управних одбора туристичких организација и у њиховим плановима рада које усвајају скупштине локалних јединица (Антић и сар., 2015).

Приликом израде програма етносоцијалног карактера, најзначајнији аспекти за туристе су: радионице традиционалних инструмената, фолклорне игре, мелос, гастрономски фестивали, народна ношња, такмичарске вештине, рукотворине и домаћи занати, као и могућност присуствовања појединим обичајима (Ивков-Џигурски, 2012). Туристичку понуду Браничевског округа могу карактерисати следећи облици туристичких програма социокултурног карактера:

- Израда традиционалних инструмената и то оних који се могу направити релативно брзо и где би израђивачи били туристи. Такви инструменти су фруле, инструменти од тикве, фрулице, инструменти од врбе и других по којима је Браничево познато;
- Радионице за израду врло препознатљиве народне ношње. Туристи би могли да активно учествују у изради делова влашке ношње, што касније може послужити као сувенир. Такође би бојили израђене тканине. Организовали би се и плетилски послови ручно израђених тканина, пешкира идр;
- Музички програми који би укључили потенцијално такмичење вокално-инструменталних тачака где би извођачи такође били туристи. Поред учења слушања музике, посетиоци би се учили познавању нота и свирању појединих инструмената традиционалног карактера;
- Програми сликарства и ликовних уметности Хомоља. За ове програме су пожељни аниматори студенти или дипломци ликовне академије и припадници локалних заједница. Програм би укључивао школу сликања или вајања, у којој би се изучавала ова вештина и спознавало друштвено наслеђе Браничевског округа. Како би трајали неколико дана, обухватали би упознавање са сликарским и вајарским техникама, начинима сликања и вајања, обиласке ликовних галерија попут галерије Милене Павловић Барили у Пожаревцу, затим обиласке музеја и сличних објеката. Близина градских центара то омогућује. Циљна група били би туристи свих старосних доби. Културни и манифестациони туризам укључивао би поменуте моделе анимације;
- Школе фолклора. Ови видови програма треба да у себи садрже елементе фолклора овог округа. Сам програм укључивао би и посете музичким манифестацијама и концертима за поједине инструменте. Такође, концерти би се организовали и са типичним музичким саставима за Браничевски округ, локалним свирачима народних инструмената карактеристичних за браничевску друштвену заједницу и друге облике. Циљна група били би туристи свих старосних доби;
- Програми хобистичких активности. Укључивали би све старосне структуре туриста. Ови би се модели програма базирали на организовању различитих хобистичких и школа вештина. Такви би били: израда различитих предмета од дрвета, глине, израда икебана од природног резаног и пољског цвећа, школа кувања традиционалних јела и посланица Браничевског округа а која може имати врло значајан карактер. Према истраживању Европске асоцијације путника, 70% туриста се опредељује за гастрономски мотив путовања (Јовановић, 2015); затим школе појединих заната и многи други програми који би били базирани на фолклору овог дела Србије. Културни и манифестациони туризам укључивао би поменуте моделе анимације;
- Присуствовање разним обичајним радњама које заузимају значајно место у колективним прославама. Таква једна манифестација коју је потребно омасовити и обогатити садржајима и промовисати на адекватније начине, јесте „Вечери Хомоља“ са хомољским мотивима. Затим ту су обележавање „Поклада“ чија церемонија у многоне подсећа на ритуалске обичаје



Индијанаца, уз ватру и обредне игре које би требало да прате различити програми у нетакнутој Хомољској природи. Најмасовније обележавање и светковање Поклада су у Стигу, Подунављу, Поморављу и у појединим селима у области Млаве (Ђокић, 2017). Значајни модели програма могу бити везани и за косидбе, бербе, пољопривредне послове и друге обичајне активности попут лова и риболова.

Истој групи испитаника из *Истраживања I*, упитником је постављено и питање: Да ли у програм путовања у Браничевски округ треба укључити присуствовање одређеном обичају из друштвеног живота народа Хомоља који представља одређену традицију народа и то у склопу манифестације. Укупно 105 испитаних или 84,67 % позитивно се изјаснило, док је 18 испитаника или 14,51 % одговорило негативно. Анализом датих одговора може се уочити да обичаји Влаха могу представљати значајан атрактиван елемент туристичке понуде овог дела земље и да их треба уврстити у поменуте нове моделе или у већ постојеће манифестације. Уз правилно укључивање локалне заједнице, ови модели програма били би значајна веза између туризма, емитивних зона и руралног развоја.

## 6. Закључак

У раду су анализирани резултати различитих истраживања базирани на мотиву етносоцијалних карактеристика, који су испољили одређене утицаје на туристе и то првенствено иницирајући путовање. Значајан пример јесте култура Индијанаца у Канади, која је привукла велики број посетилаца из прекоокеанских дестинација, међу којима се истиче и Европа. Путници значајних емитивних земаља попут Велике Британије, Француске и Немачке показали су интересовање за спознајом обичаја Индијанаца и определили се за путовање у ове нетакнуте крајеве. Овде би кроз различите програме анимације учили о далеко познатој индијанској култури. Поред тога, боравак је имао активан здравствени карактер, који у велико постаје примарни катализатор туристичких путовања као „Здрав стил живота“ (Сенић и Манојловић, 2017). Анализе других студија, наведених у овом раду, такође истичу значај манифестација и фолклорног наслеђа, који могу бити катализатор туристичког развоја. Да фолклор није основни атрибут руралног туризма, говори анализа студије у којој су се анкетирали туристи који су допутовали у Београд, опредељени за различите мотиве овог путовања - *Анализа V* овог рада. Овде су највеће просечне оцене добили туристички мотиви и активности са етносоцијалним елементима. За сличне разлоге путовања определила се и група студената Универзитета у Крагујевцу, дајући важност мотивима са елементима културног наслеђа. Наведене чињенице добијене анализама, потврдило је и истраживање које се тиче путовања у Браничевски округ, спроведено упитником код 124 испитаника различитих старосних доби, интересовања и из различитих средина боравка. Њима је у склопу писаног упитника између осталог постављено и питање: за одабир путовања у Браничевски округ определили би сте се за боравак који укључује: а) упознавање само етносоцијалних вредности округа са елементима фолклора, б) одмор који укључује природне вредности или в) путовање које укључује оба мотива. Укупно 12,09% испитаника изјаснило се за први облик путовања, 26,61% испитаника изјаснило се за други облик и 62,9% дало је предност путовању које укључује оба туристичка мотива. То је значило да фолклор може бити имплементиран у туристичке програме јер по узору на друге резултате, и овде би остварио значајни удео у мотивима долазака. Пример ставова локалне заједнице према туризму у НП „Ђердап“, који поседује врло сличне просторне и друштвене

одлике, указује да би и у Браничевском округу локална заједница имала позитивне економске и социјалне добити од оваквог вида туризма. Модели који би требало да дају добре резултате морају бити конципирани на радионицама традиционалних инструмената, на фолклорним играма, мелосу, гастрономским фестивалима, народној ношњи, такмичарским вештинама, рукотворинама и домаћим занатима, као и на могућношћу присуствовања појединим обичајима из личног и народног живота. Истраживањем се дошло до резултата да етносоцијалне вредности имају значај за развој туризма у Браничевском округу и да као комплементарне вредности са природним, могу дати квалитетан туристички производ. Поједине манифестације и обичајне светковине имају већ своју одређену заступљеност. Ограничења истраживања у овом раду јесу недоступност података који дају показатеље о посећености ових активности или појединих манифестација. Такође, констатује се недоступност података који говоре код којих интересних структура ови мотиви испољавају атрактивност и одакле долазе постојећи путници. Да ли се ради о локалним туристима или посетиоцима из емитивних зона? Исто се односи и на резултате у којој мери постојећи програми имају комплементаран, односно самосталан карактер, и да ли и на који начин производе користи локалној заједници. Све наведено представљаће правце даљег рада у истраживању.

## Литература

1. Антић, А., Вујко, А. и Гајић, Т. (2015). Традиција као покретач развоја туризма руралних дестинација. *Школа бизниса*, 2, 9-20.
2. Бесермењи, С., Милић, Н. и Мулец, И. (2011). Култура Индијанаца у туризму Онтарија. *Зборник радова Географског института „Јован Цвијић“ САНУ*, 61(3), 121-139.
3. Бјељац, Ж. и Турчић, Н. (2010). Туризмолошка валоризација етнографских манифестација у Србији. *Етноантрополошки проблеми народног стваралаштва*, 5(3), 227-242.
4. Brankov, J., Jovičić, D. & Milijašević, D. (2015). Sustainable tourism in national park „Đerdap“, Serbia-attitudes of local population. *Geographical Institute „Jovan Cvijić“, SASA*, 65(2), 183-199.
5. Ђокић, Д. (2017). *Покладе, привег и маскиране поворке у Браничеву; Претече познатих светских фестивала*. Браничево данас.
6. Ивков-Цигурски, А. (2012). *Анимација у туризму*. Нови Сад: Универзитет у Новом Саду, Департман за географију, туризам и хотелијерство.
7. Јовановић, В. (2015). *Тематски туризам*. Београд: Универзитет Сингидунум.
8. Milenković, S. & Utvić, S. (2013). The Challenges of Rural Areas in Serbia Promising Tourist Activities. *Economics of Agriculture*, 60(1), 65-76.
9. Пауновић, Б. (2001). *Власи кроз векове*. Туприја: Младост а.д.
10. Сенић, В. и Манојловић, Н. (2017). Савремене тенденције у туризму. *Менаџмент у хотелијерству и туризму*, 5(1), 18-21.
11. Todorović, N. & Jovičić, D. (2016). Motivational Factors of Youth Tourists Visiting Belgrade. *Geographical Institute „Jovan Cvijić“, SASA*. 66(2), 273-289.
12. Туристичка организација Србије (2017). преузето 14. јуна 2017, са [www.serbia.travel](http://www.serbia.travel)

---

Примљено: 17.06.2017. Враћено на дораду: 01.10.2017. Прихваћено: 02.10.2017