

Стручни рад/ Professional paper

УДК/UDC: 338.48-6:7/8(497.11)

doi: 10.5937/bizinfo2001051S

Mogućnost razvoja kulturnog turizma u selu Velika Drenova

The possibility of development of cultural tourism in the village Velika Drenova

Jelena Stojković*

Univerzitet u Kragujevcu, Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji, Srbija

Sažetak: Velika Drenova je selo, prestonica srpskog kalemarstva. Delatnost stanovništva vezana je za poljoprivredu (kalemarstvo, vinogradarstvo, vinarstvo i baštovanstvo). Zahvaljujući trenutnim, skromnim kulturnim resursima i uvođenjem novih, unapredila bi se kulturno-turistička ponuda trsteničkog kraja i obližnjih okruga. Cilj rada je ispitivanje mogućnosti da selo postane destinacija kulturnog turizma na ruralnom području. Istraživanje je sprovedeno u periodu od februara do maja 2019. godine, na uzorku od 38 ispitanika, stanovnika sela. Korišćene su sledeće metode: anketiranje na prostom, slučajnom uzorku, metoda intervjuja sa opštinskim zvaničnicima i metoda analize i sinteze, kao i deskriptivna metoda. Istraživanje je pokazalo da je lokalno stanovništvo zainteresovano za posete turista. Interevjuisani sagovornici su takođe pokazali interesovanje da se ovakav projekat realizuje. Rezultati istraživanja su značajni jer govore o pozitivnom stavu seoskog stanovništva i čelnika opštine o unapređenju kulturnog turizma. Primeri pokretanja kulturnog turizma u ruralnoj sredini su retki, tako da bi ovakav projekat bio značajan.

Кljučне речи: kulturni turizam, Velika Drenova, lokalno stanovništvo, Trstenik, ruralna sredina.

Abstract: Velika Drenova is a village, the capital of Serbian grafting. The activity of the population is related to agriculture (grafting, viticulture, winemaking and gardening). Thanks to the current, modest cultural capacities and the introduction of the new ones, the cultural and touristic offer of the Trstenik municipality and the surrounding districts would be improved. The aim of the paper is to examine the possibility that village become a destination of a cultural tourism. The survey was conducted between February and May 2019, based on a sample of 38 local inhabitants. The following methods were used: A random sample questionnaire was conducted among the local residents, also municipal officials were interviewed. Analysis and synthesis method were used as well as descriptive

*Autor za korespodenciju.

E-adresa: jnstojkovic@yahoo.com

method. The research has found that local inhabitants are very much interested their village to be a destination of a cultural tourism. The interviewed local officials also showed interest in the possibility of realization this project. The results of the research are significant because they reflect the positive attitude of the population of this village and the municipality officials for the development of cultural tourism in rural area. Projects of cultural tourism development in rural areas are unusual, so such a project would be very significant.

Key words: *cultural tourism, Velika Drenova, local inhabitants, Trstenik, rural area.*

1. Uvod

Nove turističke destinacije se danas pozicioniraju na pojedinim segmentima i svojim atraktivnim, receptivnim i komunikativnim faktorima uz razvoj lokalne sredine koji je neminovan, postaju privlačne turistima (Štetić et al., 2014).

U Strategiji razvoja turizma Republike Srbije za period 2016-2025, predložena je promena poslovne misije turizma države u posmatranom periodu i spominju se ciljevi koji se odnose na efikasniju preduzetničku i održivu upotrebu postojećih neiskorišćenih zaštićenih kulturnih dobara, ali i podsticanje ruralnog i regionalnog razvoja i smanjenje depopulacije. Isti dokumet ističe upoznavanje materijalnog i nematerijalnog kulturnog nasleđa kao jedan od motiva putovanja savremenog turista. Pokretanje projekta kulturnog turizma na jednom ruralnom području, selo Velika Drenova kod Trstenika, može biti u funkciji ostvarivanja strategijom definisanih ciljeva.

Značaj rada se ogleda u činjenici da pokazuje da je razvoj kulturnog turizma moguć i u ruralnim oblastima gde je stanovništvo pretežno okrenuto poljoprivredi (kalemarnstvo, vinogradarstvo, vinarstvo itd.). Prema Demonji (2011) lokalne vrednosti bi mogle zahvaljujući kulturnom turizmu da postanu zanimljive turistima, ali i lokalnom stanovništvu. Pančić Kombol (2006) smatra da su najbrojniji posetioci kulturnih atrakcija izletnici i domaći turisti. Razvoj kulturnog, kao posebnog oblika turizma u Velikoj Drenovi, pre svega, omogućio bi zaštitu postojećih kulturnih resursa i pokretanje novih. Svi resursi bi se zaokružili u jednu turističku celinu integrisanu, valorizovanu i prezentovanu posetiocima. Svakako bi u početku najbrojniji posetioci bili domaći turisti. Richards et al. (2001) smatra da kreiranje novih kulturnih sadržaja i njihova održivost znači konstantan priliv i porast posetilaca jednoj destinaciji. Učestali priliv posetilaca bi selu i njenom stanovništvu, ali i opštini obezbedio ne samo pozicioniranje na turističkoj mapi Srbije, nego i sticanje direktne i indirektno ekonomske dobiti. Bonet (2011) smatra da osim pomenutog ekonomskog uticaja usled razvijanja kulturnog turizma, dolazi do sociološke promene kod lokalnog stanovništva koje dobija svest o važnosti čuvanja i zaštite određenog kulturnog dobra. Stavljanjem kulture u kontekst potrošnje, ona postaje sredstvo ekonomske obnove jednog područja i samim tim takvo kreiranje novih kulturnih kapaciteta važno je oružje u konkurentskoj borbi za privlačenje investicija ka evropskim gradovima (Richards, 1996). Takođe, razvijanje ovog vida turizma u pomenutom selu može podstaći afirmaciju drugih posebnih oblika turizma poput verskog ili ekskurzionog, ali i doprineti razvoju ruralnog turizma koji sa svoje strane može podstaći razvoj vinarstva i vinogradarstva i njihovu dalju ekspanziju i promociju u ovom kraju. Bićanin (2018) se bavi istraživanjem mogućnosti za razvoj ruralnog turizma na području opštine Trstenik i zaključuje da, iako područje ima niz

problema i nedostataka, ovaj vid turizma je sasvim moguć. Uključivanje Velike Drenove u kulturnu ponudu Trstenika i regiona, može doprineti afirmaciji kraja na turističkoj karti Srbije.

Cilj rada je utvrđivanje mogućnosti razvoja Velike Drenove kao destinacije zanimljive posetiocima kulturnog turizma. Ovo selo se smatra za retkim u svetu koje je zavičaj crkvenog i državnog poglavara. Velika Drenova nije rodno mesto Patrijarha Germana. On je rođen u Jošaničkoj Banji, ali se sa nepune dve godine vraća sa porodicom u očevo rodno selo gde će provesti svoje detinjstvo i mladost sa ostalim članovima poznate velikodrenovske porodice Đorić (Todosijević, 2013). Tako da, može biti opravdano da se Velika Drenova smatra za njegov zavičaj. Druga bitna činjenica je da je selo rodno i zavičajno mesto nekada jugoslovenskog predsednika Dobrice Ćosić, koji je ujedno jedan od najpoznatijih srpskih pisaca. Takođe, u mestu se nalazi i najveća seoska biblioteka u zemlji (nekada najveća u bivšoj SFRJ), čija je zgrada proglašena za najlepšu u Srbiji. Biblioteka pohranjuje legat tri akademika i zaostavštinu poznatog srpskog i jugoslovenskog guslara-Svetislava Jaćimovića Tise, koji je se još dvojicom narodnih stvaralaca predstavljen u knjizi *Karakterologija Jugoslovena*, Vladimira Dvornikovića. Kalemarsvo, specifičan zanat ovog kraja, doprinelo je da selo postano čuveno po izvozu loznih i voćnih sadnica. Pošto se u velikodrenovskom kraju još uvek neguje specifično, ručno kalemljenje, ta veština bi takođe mogla biti uvrštena u turističku ponudu sela. Manji muzej posvećen kalemarsvu i vinogradarstvu trsteničkog kraja bi upotpunio ponudu, naročito pošto je velikodrenovski kalem dobio i svoju manifestaciju "U slavu kalema". Sve nabrojano, može biti osnova za razvoj sela kao destinacije kulturnog turizma. Postavlja se pitanje: kolika je generalno zainteresovanost za razvoj ovakvog vida turizma i uopšte turizma na jednom ruralnom prostoru. Takođe, rad ima za cilj da sagleda da li su opštinske vlasti zainteresovane za realizovanje ovakvog projekta i da li lokalno stanovništvo prihvata kulturni turizam u svojoj zajednici.

2. Pregled literature

Prema Štetić et al. (2014) kulturni turizam spada u alternativne oblike turizma u okviru novih oblika turizma, dok Isaković (2016) svrstava kulturni turizam u turizam posebnih interesovanja, gde se na taj način sjedinjavaju kultura i turizam. Međutim, pomenuta autori smatraju da alternativni oblici turizma po svim svojim karakteristikama spadaju u posebne oblike turizma. Autori Galičić i Laškarin (2016) takođe svrstavaju kulturni turizam u posebne oblike turizma i to prema sadržaju boravka kao kriterijumu. Isaković (2016) i Demonja (2006) smatraju da je kulturni turizam poseban oblik turizma, gde se turizam i kultura prožimaju, čime se stvara nov imidž odredišta, povećava potrošnja i stimuliše lokalna i regionalna potražnja. Takođe se i među lokalnim stanovništvom stvara bolji imidž kulture.

Prva istraživanja vezana za kulturni turizam u Evropi, sprovedena su krajem osamdesetih godina (Pančić Kombol, 2006). Jedno od istraživanja je pokazalo da je kulturni turizam imao oko 35 miliona turista, a čak jedna trećina dolazila je van granica EU. Još tada je problem bio nedostatak čvrstih i šire prihvaćenih definicija kulturnog turizma. Isti autor smatra da će kulturni turizam imati najveći rast u

Evropi, ali i u svetu. Du Kros (2001) prihvata definiciju po kojoj kulturni turizam podrazumeva posetioce koji ne pripadaju lokalnoj zajednici i koji su došli u tu zajednicu motivisani posetom umetničkog, istorijskog i naučnog nasleđa koje može biti od lokalnog, regionalnog i nacionalnog značaja, dakle kulturni motiv je nešto što ovaj vid turizma razlikuje od drugih. McKercher et al. (2002) smatraju da kulturni turizam obuhvata širok dijapazon aktivnosti koje pripadaju istoj grupi, a u marketinškom smislu predstavlja proizvod sa podkategorijama kome pripadaju: turizam baštine, muzejski turizam, verski turizam itd. Richards (2003) prihvata da postoje četiri tipa definicija kulturnog turizma: definicije izvedene sa aspekta turizma, motivacione definicije, doživljajne i operacione definicije. Isti pristup je prihvatio i Krivošejev (2014) koji objašnjava svaki tip. Pa tako, prvi tip definicija posmatra kulturni turizam kao selektivni oblik turizma koji je okrenut umetničkim i kulturnim sadržajima i dobrima. Motivacione definicije posmatraju kulturni turizam kao putovanje motivisano različitim kulturnim potrebama. Iskustvene definicije ističu da je iskustvo turista bitno pri definisanju kulturnog turizma. Operacione definicije su najopštije i čak mogu objediniti sve navedene prethodne. U svakom slučaju, osnovu za razvoj kulturnog turizma predstavljaju kulturni resursi, koji se prema Petković (2019) mogu podeliti na kategorizovana kulturna dobra i kulturne potencijale. Isti autor smatra da su nove perspektive u kreiranju kulturnih atrakcija skoncentrisane na prostor, procenu kapaciteta kulturnih aktivnosti i povezivanje kulturnih resursa sa društvenim kapitalom. Radović (2012) zapaža da autori Demonja i Ružić u svojoj knjizi kažu da se kulturni turizam može javiti i kao javni oblik ruralnog turizma. Na primeru sela Velike Drenove, ovo bi bila najprihvatljiva konstatacija s obzirom da je reč o ruralnom području. Kod ovog vida turizma, posetilac je pre svega motivisan potrebom da upozna svakodnevni život jedne lokalne zajednice, njegove moguće manifestacije i da razume običaje i kulturu mesta. Tako da destinacije koje i nisu isključivo turističke postaju ubrzo privlačne i stanovništvu koje tu živi. Tako se dolazi do osnovne funkcije kulturnog turizma – predstavljanje lokalnih vrednosti turistima, kao i obogaćivanje turističkih destinacija kulturnim sadržajima, tako da one postaju zanimljive i za turiste, ali i za lokalno stanovništvo (Đukić, 2005).

UNESCO, Savet Evrope i Evropska unija imaju veliki uticaj na razvoj kulturnog turizma u Evropi. EU je imala velikog uticaja u postavljanju transnacionalnih politika razvoja kulturnog turizma, a Savet Evrope i UNESCO imaju sve veći uticaj, unutar i izvan Evrope (Pančić Kombol, 2006). Pored obilaska urbanih sredina tj. poznatih evropskih kulturnih prestonica, EU podstiče i turističke obilaske seoskih prostora što je u funkciji regionalnog preobražaja ruralnih a istorijski bogatih evropskih područja (Hitrec, 1995).

Srbija je zemlja koja ima veliki potencijal što se tiče kulturnog turizma, ali još uvek zaostaje za najrazvijenijim zemljama sveta, možda čak i za zemljama u regionu. Država se kulturnim turizmom još uvek ne bavi organizovano i sistematski, već je sve ostavljeno na inicijativi pojedinaca ili manjih neformalnih grupa. Sprovedeno istraživanje 2014. godine je pokazalo na primer, da od 102 beogradske turističke agencije, samo 42 nude program "Srbija" kao destinacija, 17 su tada nudile program u vezi sa kulturnim turizmom, a samo jedna je nudila program turizma u kombinaciji kreativnih industija (Krasojević & Đorđević, 2017). Isti autori u svom radu navode

rezultate istraživanja koja su sprovedena zarad programa koji je finansirala EU “Podrška primeni Nacionalne strategije razvoja turizma u Srbiji”. Prema tom istraživanju svega 15,9% stranaca posećuje Srbiju zbog istorijskih i umetničkih programa, a 13,4% zbog arhitekture, urbanih prostora itd. Isto istraživanje je otkrilo da nematerijalno kulturno nasleđe nije dovoljno prepoznato niti dovoljno iskorišćeno, a ni prezentovano turistima. Tako da autori zaključuju da bi pre svega na lokalnom nivou trebalo biti više analize i istraživanja marketinga. Navedeni autori takođe zaključuju da Srbija ima velike šanse u kulturnom turizmu, naročito kada su u pitanju nova tržišta, slabije platežni i turisti trećeg doba. Oni predlažu da bi turistima mogle da se ponude istorijske ture, predstavljanje mitova, događaja i fenomena na jedan inovativan način gde bi se fokus stavljao na doživljaj.

Milić et al. (2012) smatraju da je očuvanje nacionalnog nasleđa bitno za turističku ponudu, gde je ruralni turizam posebno vezan za objekte od kulturnog i istorijskog značaja. Velika Drenova kao veliko, ravničarsko selo, čak agrarno prenaseljeno, ne zadovoljava uslove da postane destinacija ruralnog turizma, ali njegovo kulturno-istorijsko nasleđe bi moglo da bude deo kulturne i turističke ponude sela, opštine i čitavog okruga.

Kulturni turizam razvija se iz političkih i privrednih razloga i nema puno veze sa lokalnim stanovništvom i kulturnim nasleđem (Pančić Kombol, 2006). Ova konstatacija bi mogla biti tačna za neke destinacije, ali u Velikoj Drenovi bi ovakav vid turizma ne samo očuvao još uvek živo sećanje na značajne ljude iz ovog kraja, bogat bibliotekski fond i legate, nego pokrenuo i turistički valorizovao narodnu domaću radinost (kalemarsvo) koja je zaštitni znak ovog kraja. Ukoliko bi selo postalo turistička destinacija, to bi takođe dovelo do toga da lokalno stanovništvo na više načina bude uključeno u njen razvoj.

Iako prema Bonet (2011) razvijeno hotelijerstvo i kulturne turističke putanje ne garantuju stalnu turističku posećenost i stabilan ekonomski razvoj jednoj destinaciji, stimulisanje određenih destinacija da se bave ovim vidom turizma može dovesti do bitnih ekonomskih efekata ali i do daljeg ekonomskog razvoja. Čak, i da su ti ekonomski efekti najuočljiviji u toku proleća i jeseni, kada su najaktuelnije đačke ekskurzije u Srbiji na primer, to bi za jednu malu sredinu kakva je Velika Drenova, bio značajan napredak i u ekonomskom i u svakom drugom smislu. Dalji rad na razvoju destinacije, na aktivnostima i sadržaju bi verovatno napravio još veći pomak.

Izolovana atrakcija koja je se nalazi u manje poznatom ili nepoznatom turističkom regionu, nema velike šanse da se “probije” i postane prepoznatljiva na konkurentnom i razvijenom turističkom tržištu, tako da bi povezivanje sa ostalim atrakcijama u okolini i uključivanje u veće turističke kampanje donelo koristi (Bonet, 2011). Ova konstatacija je opravdana s obzirom na činjenicu da se selo ne nalazi u poznatom turističkom regionu, već je u oblasti koja je više poznata po industriji i poljoprivredi. Posle eventualne promocije i uvođenje sela na zvaničnu turističku mapu Srbije, bilo bi dobro povezati selo sa okolnim mestima koje poseduju mini muzeje (npr. Muzej klesarstva u susjednom selu Bela Voda, koje je stavljeno na nacionalnu istu nematerijalno nasleđa), ili povezati sa ponudom

manastira i značajnih svetih mesta. Stvaranje tematskih kulturnih tura u okrugu bi takođe povećalo vidljivost sela, ali i čitavog regiona.

3. Metodologija istraživanja

Tokom istraživanja, korišćene su one naučne metode koje su dovele do relevantnih podataka. Pre svega, sprovedeno je anketiranje odnosno distribuiran je upitnik na koji je odgovaralo lokalno stanovništvo. U pitanju je bila metoda slučajnog, prostog uzorka. Korišćena je i metoda intervjuja koja je podrazumevala razgovore sa predstavnicima javne uprave, kao i relevantnim predstavnicima kulture i turizma u opštinskoj upravi. Metodom kritičke analize, svi prikupljeni podaci iz ankete i intervjuja, odnosno dobijeni odgovori, su sublimirani. Na kraju, urađena je sinteza dobijenih informacija i podataka. Deskriptivnom metodom predstavljeni su rezultati u vidu tabela i grafikona.

Proces prikupljanja informacija sproveden je pre svega kroz anoniman anketni upitnik koji je podrazumevao kombinaciju pitanja zatvorenog i otvorenog tipa. Sproveden intervju je podrazumevao pitanja otvorenog tipa. Autor ovog rada se odlučio na takve tipove prikupljanja podataka zbog postizanja što veće objektivnosti. Zato je i anketa urađena na prostom, slučajnom uzorku. Učesnici u anketi su bili stanovnici sela, dok su u intervjuu učestvovali izabrani čelnici koji potiču iz cele opštine. Takođe, obe grupe su predstavljale punoletne osobe. Anketa koja je sprovedena među lokalnim stanovništvom, sadržala je 10 pitanja, na koje je 38 ljudi odgovaralo. Uvodna pitanja odnosila su se na opšte demografske karakteristike (pol ispitanika, godište i obrazovanje) ispitanika ankete. Prva pitanja odnosila su se na poznavanje činjenica vezanih za selo, odnosno pitanja koja bi ustvari dala uvod u razmatranje činjenica o turističkom valorizovanju sela (poznati ljudi iz sela, da li su poznati seljanima i koji su, činjenica o seoskoj biblioteci kao najvećoj u Srbiji, činjenica da je selo jedino mesto na svetu koje je dalo crkvenog i državnog poglavara). Ostalih pet pitanja su tražili od ispitanika da daju svoje mišljenje o Velikoj Drenovi kao mestu koje je moguće turistički valorizovati, da daju svoje predloge šta se to treba uraditi za selo, koje su prednosti a koje mane pretvaranja sela u jedno mesto koje će biti povremeno/stalno na meti turista. Ustvari, čitava anketa je trebala da pokaže njihovu (ne)zainteresovanost da selo postane zanimljivo turistima.

Sproveden intervju je podrazumevao razgovore sa sledećim osobama: direktor Muzejske zbirke u Trsteniku, direktor Narodnog univerziteta, direktor Osnovne škole u Velikoj Drenovi, direktor biblioteke u Velikoj Drenovi, zamenik predsednika Skupštine opštine, većnik za kulturu u opštini, direktor Turističke organizacije i predsednik MZ Velika Drenova. Cilj razgovora je bio otkriti zainteresovanost direktora javnih ustanova povezanih sa kulturom i turizmom odnosno njihovu zainteresovanost za afirmaciju kulturnog turizma u Velikoj Drenovi. Osnovno istraživačko pitanje na koje se tražio odgovor u istraživanju jeste da li je lokalno stanovništvo zainteresovano za razvijanje kulturnog turizma u Velikoj Drenovi i da li su čelnici javnih ustanova povezanih sa kulturom i turizmom zainteresovani za razvijanje ovakvog projekta.

4. Rezultati istraživanja i diskusija

Prvi deo rezultata istraživanja predstavlja demografske karakteristike učesnika u anketi. Zatim slede rezultati koji se odnose na pitanja o trenutnom stanju odnosno o mišljenju ispitanika o potencijalima u selu. Treći deo se odnosi na predstavljanje rezultata koje se odnose na iznošenje mišljenja anketiranih u vezi sa njihovim viđenjem sela kao moguće destinacije kulturnog turizma, mogućim prednostima i neostacima, kao i izvesnim pretnjama koje nova delatnost donosi. Na kraju, slede rezultati dobijeni intervjuisanjem predstavnika opštinskih vlasti i direktora javnih preduzeća relevantnih za kulturu i turizam. U tabeli 1 predstavljene su osnovne demografske karakteristike ispitanika.

Tabela 1. Demografske karakteristike uzorka (n=38)

Pol	Broj ispitanika u (%)
Muški	19 (50%)
Ženski	19 (50%)
Starost	
18 – 30	2 (5,26 %)
30 – 40	12 (31,58 %)
40 – 50	15 (39,47 %)
Preko 50	9 (23,68 %)
Obrazovanje	
Osnovna škola	5 (13,16 %)
Srednja škola	15 (39,47 %)
Viša škola	8 (21,05 %)
Fakultet	10 (26,31 %)
Magistratura/Doktorat	0

Izvor: Istraživanje autora

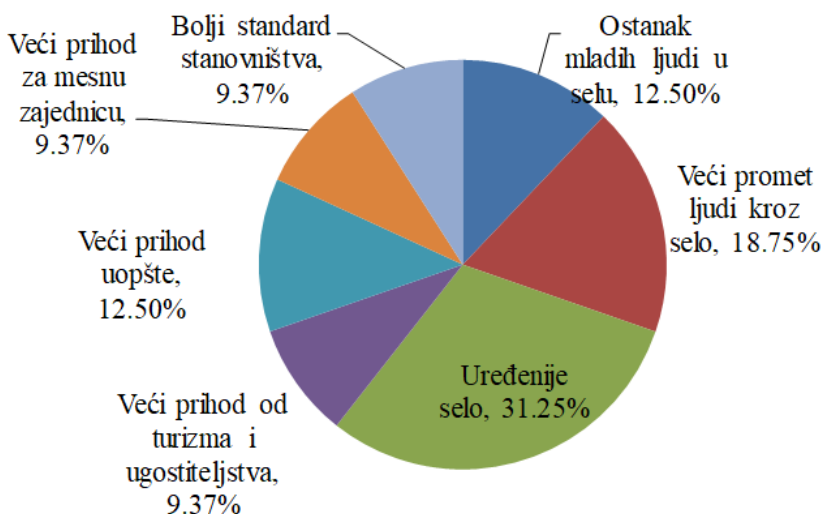
Tabela 1. pokazuje da je jednak procentualni udeo stanovništva podeljen na polove, koji je učestvovao u anketiranju. Primetno je, da je najviše (39, 47%) učestvovalo ispitanika koji su starosne dobi od 40 do 50 godina. Najviše je anketiranih koji imaju srednju stučnu spremu (39, 47%).

Pošto bi osnovna baza za predstavljanje sela kao moguće destinacije zanimljive kulturnim turistima bili upravo njeni najpoznatiji meštani, odnosno objekti zajedno sa pričom posvećenom njima, prva pitanja su se odnosila na njih. Na pitanje “Da li znate koji poznati ljudi potiču iz Velike Drenove”, čak je 37 odgovorilo pozitivno. Svega 1 odgovor je bio negativan i pripada ispitaniku koji se nalazi u rasponu godina 30 – 40 i osnovnog je obrazovanja. Kada su ispitanici dobili pitanje “Nabrojati ko su ti ljudi ukoliko ste odgovorili pozitivno”, čak je 89, 47% nabrojalo pisca Dobricu Ćosića i patrijarha Germana. Zanimljivo da čak 10, 53 % nije znalo da nabroji svoje “poznate” zemljake, iako su pozitivno odgovorili na prethodno pitanje, tj.svesni su da ih njihovo selo ima. Iznenaduje činjenica da su ispitanici, čak njih 33, 5 % naveli imena poznatijih akademika, generala, doktora nauka i viđenijih ljudi, pored pomenute dvojice najpoznatijih. Tokom analize rezultata, sa naročitim ponosom su dopisivali svoje zemljake, komšije, rođake jer su meštani smatrali da trebaju biti i oni pomenuti. Na pitanje “Da li znate da je Velika Drenova jedino mesto na svetu koje je dalo crkvenog i državnog poglavara?” Veliki procenat ispitanika odgovorio je pozitivno 89,47%. Međutim, 10, 53% je odgovorilo negativno i svi su među njima

bili fakultetski obrazovani mladi ljudi koji pripadaju godištu 30 – 40. Činjenicu da selo Velika Drenova ima najveći bibliotečki fond u Srbiji u odnosu na ruralne sredine je znalo čak 78,95%, a 21,05 % nije poznavalo ovu činjenicu, od čega je čak polovina ispitanika visokoobrazovanih Velikodrenovaca. Na pitanje “Da li postoji nešto (objekat, prostor, spomenik itd.) što bi Velika Drenova imala da ponudi posetiocima koji su zainteresovani za kulturu”, čak je 89,47% odgovorilo pozitivno, a svega 10,53% negativno. Na pitanje “Ukoliko bi se eventualno određeni objekti i prostori u selu preuredili u turističko-kulturne svrhe, da li biste želeli da Vaše mesto postane mesto koje bi posećivali jednodnevni turisti”, čak 97,37% odgovorilo sa “DA”. Bio je jedan negativan odgovor ili 2,36 %, što je zanimljivo, pošto je taj ispitanik odgovorio pozitivno na prethodna pitanja, dakle svestan je da selo ima turistički potencijal, ali on lično ne bi voleo turiste u svom mestu. S obzirom na činjenicu već više puta ponovljenu da je u pitanju ruralno područje gde je osnovna delatnost poljoprivreda, ispitanici su se izjasnili 100% da ukoliko njihovo mesto postane destinacija zanimljiva turistima, to neće ugroziti ni celokupnu zajednicu, a ni dominantnu poljoprivrednu delatnost.

Ispitanici su takođe imali kao jedno od pitanja da navedu prednosti koje bi njihovo mesto dobilo, ukoliko bi postalo mesto kulturnog turizma. Njih 84,21% je odgovorilo i nabrojalo prednosti, dok je njih 15,79% ostavilo prazan odgovor. Njihovi odgovori prikazani su na grafikonu 1. Međutim, pored ovih odgovora koji su se u anketi pojavili, ispitanici su navodili i sledeće odgovore: Selo bi postalo prepoznatljivije i po turizmu; Poboljšao bi se kulturni život sela; Poljoprivredne grane po kojima je selo inače poznato (kalemarsvo i vinogradarstvo) bi se još više unapredile kroz turizam.

Grafikon 1. Odgovori ispitanika o prednostima koje bi doneo razvoj kulturnog turizma



Izvor: Istraživanje autora

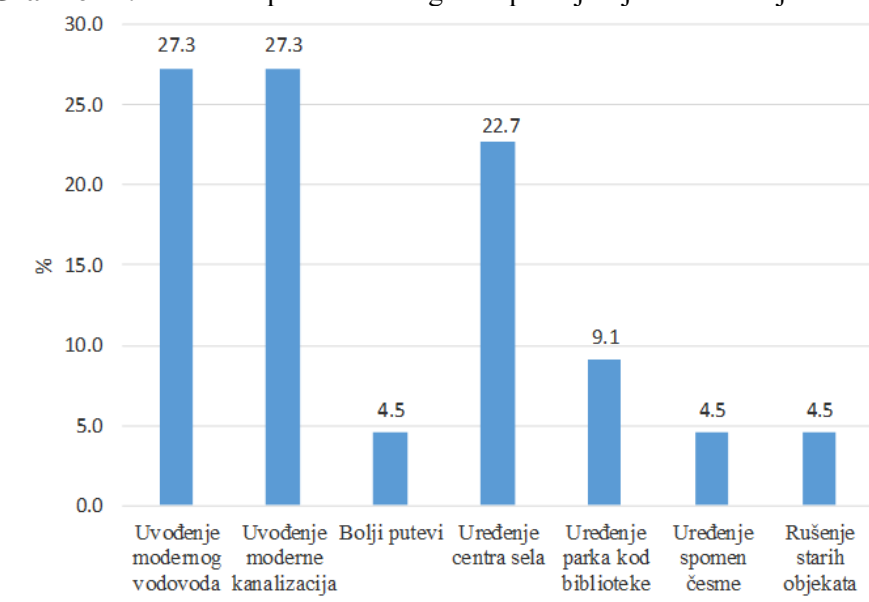
Kroz navedene odgovore ispitanika vidimo da lokalno stanovništvo koje veruje u razvijanje kulturnog turizma, pre svega smatra da bi najviše koristi selo dobilo njegovim daljem uređenjem. Ipak, evidentno je da se ponavljaju odgovori koji se

odnose na povećanje prihoda, tako da stanovnici vide veliku korist za svoje selo u ekonomskom smislu.

Pretposljednje pitanje ankete podrazumevalo je da ispitanici iznesu svoje mišljenje po pitanju negativnih strana razvijanja turizma, odnosno loših uticaja na zajednicu. Njih 94,74% smatra da ih nema, dok 5,26% smatra da će turisti ostavljati previše smeća za sobom i da bi to predstavljalo veliki problem za selo. Poslednje pitanje u anketi podrazumevalo je predloge ispitanika, odnosno šta bi oni predložili da se u selu poboljša ili uredi. Pozitivna je činjenica što je čak njih 76,31% dalo svoje predloge, dok je 23,6% ostavilo ovo pitanje nepopunjeno. Najčešće odgovore na ovo pitanje mogu se videti na grafikonu 2.

Po ovim navedenim odgovorima, takođe vidimo da se ponavlja opet opcija “uređenje sela” dakle, pošto se već drugi put ponavlja u anketi u odgovorima, zaključuje se da stanovništvo želi da centar sela bude još uredeniji, pošto bi to služilo i selu i posetiocima. Ipak, najviše odgovora definitivno se odnosi na preuređenje i uvođenje moderne komunalne infrastrukture.

Grafikon 2. Predlozi ispitanika o mogućim poboljšanjima i uređenjima u selu



Izvor: Istraživanje autora

Što se tiče intervjua sprovedenog među opštinskim zvaničnicima i direktorima relevantnih kulturnih ustanova, rezultati su deskriptivnog tipa. Svi intervjuisani su saglasni da ukoliko selo postane destinacija za turiste, to bi donelo mnogo koristi i za tu mesnu zajednicu, ali i za čitavu opštinu. Saglasni su i da bi sve interesene zajednice trebalo da budu uključene u ovaj proces. Misli se na predstavnike građana, opštinskih vlasti ali i privatnih preduzetnika, kako bi se formirao tim ne samo za nastanak ovakvog tipa destinacije, nego i kasnije efikasno upravljanje istom. Primećena je eventualna bojazan kod intervjuisanih oko finansiranja projekta, jer opština trenutno ne bi mogla finansijski da podrži njegovo izvođenje, pošto je više

kapitalnih projekata koji se sprovode, posebno jer su se u međuvremenu desile velike poplave koje su naročito pogodile levu stranu Zapadne Morave, gde je i sama Velika Drenova. Većina se složila da bi najbolje bilo potražiti pomoć kod međunarodnih fondova koji finansiraju ovakve projekte, pošto bi njihova finansijska i logistička pomoć bila dragocena u smislu plasiranja i promocije projekta na međunarodnim konferencijama i događajima. Iako selo ima odličan geografski položaj i saobraćajnu povezanost, izgradnja Moravskog koridora bi posebno doprinela da Velika Drenova bude turistima još pristupačnija. Lokalno stanovništvo je zainteresovano za razvijanje kulturnog turizma u selu, ali i opštinske vlasti su takođe pokazale zainteresovanost.

Sprovedenih sličnih istraživanja skoro da nema u domaćoj i stranoj literaturi. Uglavnom su se vršila ispitivanja javnog mnjenja kulturnih urbanih sredina, odnosno u fokusu su bili gradovi koji su veliki nosioci kulturnih dešavanja. Međutim, možda postoje par sličnih projekata koji su izvedeni u srpskoj praksi, dakle obuhvataju ruralna područja koja su pretvorena u objekte kulturnog turizma, a mogu nam poslužiti kao reper za ovaj projekat. Isaković (2016) u svojoj knjizi navodi primer Muzeja u Tršiću koji predstavlja svojevrsan kompleks na otvorenom, a nalazi se u istoimenom selu pored Loznice. Predstavljao je prvi primer otvorenog tipa muzeja ne samo u Kraljevini Jugoslaviji, nego i na Balkanu, ali i jedan od retkih primera u Evropi. Ovaj muzej na otvorenom predstavlja ne samo život srpskog seljaka zapadne Srbije u 19.veku, već takođe život i rad prvog srpskog reformatora Vuka Stefanovića Karadžića. Isti autor navodi i primer Starog sela –Sirogojno na Zlatiboru, koji kao muzej na otvorenom kroz zanimljivu graditeljsku arhitekturu dinarskog tipa, prikazuje život Srba seljaka kao i mnoge zaboravljene zanate i veštine. Sirogojno se čak nalazi u neposrednoj blizini jednog od najvećih srpskih planinarskih centara, Zlatibora. Tu bi se mogla podvući paralela sa Velikom Drenovom, pošto se ona nalazi u neposrednoj blizini Vrnjačke Banje. Istorijsko-kulturni kompleks Brankovina kod Valjeva je možda najpribližniji primer koji bi mogao poslužiti kao reper izgradnji i adaptaciji Velikodrenovskog kompleksa. Brankovina se nalazi u neposrednoj blizini Valjeva, a mesto je rođenja poznate srpske pesnikinje Desanke Maksimović, ali i porodice Nenadović, čiji su članovi bili vođe Prvog srpskog ustanka (Turistička organizacija Valjevo, 2019).

5. Zaključak

Suština ovog rada je bila da pokaže da mesto ruralnog tipa, Velika Drenova ima kulturno-istorijske osnove da se razvije u destinaciju koju bi obilazili posetioci zainteresovani za kulturni sadržaj, muzeje itd. Dakle za aktivnosti kulturnog turizma. Činjenice koje govore u prilog razvijanju kulturnog turizma (najveća seoska biblioteka u zemlji sa tri legata akademika i ličnim stvarima jednog od najvećih srpskih i jugoslovenskih guslara, opremanje spomen soba posvećenih Dobrici Ćosiću i Patrijarhu Germanu, zgrada stare škole sa učionicom s početka 19.veka, spomenik Sovjetima koji su ušli u Drenovu itd, ali i podizanje muzeja posvećenog kalemarstvu, domaćoj radinosti čitavog trsteničkog kraja) zajedno sa odličnim geografskim položajem, odličnom saobraćajnom povezanošću, čime će naročito doprineti izgradnja autoputa Moravski koridor, predstavljaju dobitnu kombinaciju za ovaj vid turizma. Istraživanje je pokazalo da je lokalno stanovništvo prilično

upućeno u istorijat svog sela i prilično zainteresovano za buduće turiste koji bi dolazili. Lokalno stanovništvo ne vidi bojazan u razvijanju ove za njih nove, potpuno nepoznate privredne grane, naprotiv smatraju da će im dalja promocija sela još više unaprediti dominantnu delatnost i povećati promet kroz selo. Takođe, kulturni turizam bi po njihovom mišljenju trebalo da im obezbedi veći dohodak, nova radna mesta i zadrži mlade u selu, na radnim mestima koje bi turizam stvorio.

Lokalna samouprava i direktori relevantnih institucija su takođe pokazali veliku zainteresovanost za stvaranje ovakvog jednog projekta, jer u ovome vide šansu i za opštinu i za Veliku Drenovu. Ustvari njihovi odgovori i razmišljanja se u mnogočemu poklapaju sa stanovnicima Velike Drenove. Naročito kada su u pitanju finasnijski efekti koji bi direktno proizašli iz takvog projekta.

Iako je istraživanje bilo limitirano time što je ipak u pitanju manja teritorija, zapravo seoska, i što je sam uzorak bio vrlo mali, moguća su u bliskoj budućnosti dalja istraživanja. Ona bi mogla uključiti sledeća pitanja: Da li bi nastanak ove destinacije mogao biti uključen u širi kontekst kulturnog turizma, u smislu povezivanja objekata i destinacija u blizini, kako bi nastala regionalna tura kulturnog turizma? Da li je moguće Veliku Drenovu uključiti i u druge tipove turizma, kao što bi bili verski ili ekshkurzioni turizam, ili čak ruralni ili postaviti selo na mapi Putevi vina Srbije? Da li je moguće određenim sadržajima privući ne samo domaće nego i strane turiste? Koliki bi bio stepen zaposlenosti lokalnog stanovništva i uključenosti u rad destinacije? Da li je moguće da Velika Drenova po svom stepenu kulturnog razvitka postane jednog dana reper po kom bi nastale neke druge destinacije ruralnog tipa u regionu ali i u čitavoj zemlji?

Odgovori na ova pitanja bi i dalje držali fokus na selo, ali bi se posmatralo u mnogo širem kontekstu i mogućem značajnom pozicioniranju kulturne ponude sela na turističkoj mapi Srbije.

Reference

- Bićanin, J. (2018). Possibilities of Rural Tourism Development in the Area of the Municipality of Trstenik. *Economics of Agriculture*, 65(1), 355-372. <https://doi.org/10.5937/ekoPolj1801355B>
- Bonet, L. (Ed.). (2011). *A handbook of cultural economics*. Edward Elgar Publishing.
- Demonja, D. (2006). Institucijska mreža kulturnog turizma. In T. Petrović Leš & T. Pletenac (Eds.), *Etnologija i kulturni turizam*. (str. 11-15). Filozofski fakultet Odsjek za etnologiju i kulturnu antropologiju Zagreb.
- Demonja, D. (2011). Kulturni turizam: Hrvatska iskustva. *Antropologija*, 11(1), 181-205.
- Du Cros, H. (2001). A new model to assist in planning for sustainable cultural heritage tourism. *International journal of tourism research*, 3(2), 165-170. <https://doi.org/10.1002/jtr.297>
- Đukić, D. V. (2005). *Kulturni turizam: menadžment razvojne strategije*. Klio.
- Galičić, V., & Laškarin, M. (2016). *Principi i praksa turizma i hotelijerstva*. Fakultet za menadžment i turizam u ugostiteljstvu.

- Hitrec, T. (1995). Kultura-oslonac turističke politike Europske unije. *Tourism and hospitality management*, 1(2), 325-335.
- Vlada Republike Srbije - Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija (2016). *Strategija razvoja turizma republike Srbije za period 2016 – 2025*. Vlada Republike Srbije - Ministarstvo trgovine, turizma i telekomunikacija. <https://mtt.gov.rs/download/3/strategija.pdf>
- Turistička organizacija Valjevo. (n.d.) *Brankovina*. Pristupljeno 11.07.2019. godine, <http://tov.rs/brankovina/>
- Isaković, S. (2016). *Umetničke prakse u kontekstu turizma*. Fakultet za hotelijerstvo i turizam u Vrnjačkoj Banji.
- Krasojević, B., Đorđević, B. (2017). Intangible Cultural Heritage as Tourism Resource of Serbia, *Sociology and Anthropology*, 5(6), 442-449. <https://doi.org/10.13189/sa.2017.050602>
- Krivošević, V. (2014). *Upravljanje baštinom i održivi turizam*. Narodni muzej Valjevo i Artsi centar Beograd.
- McKercher, B., Ho, P. S., Cros, H. D., & So-Ming, B. C. (2002). Activities-based segmentation of the cultural tourism market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 12(1), 23-46. https://doi.org/10.1300/J073v12n01_02
- Milić, D., Vulić, T., Tica, N., Zekić, V., & Bačkalić, Z. (2012). Očuvanje istorijskih spomenika kao faktor razvoja ruralnog turizma, *Agroekonomika*, 55, 87.
- Pančić Kombol, T. (2006). Kulturno naslijeđe i turizam. *Radovi Zavoda za znanstveni rad Varaždin*, (16-17), 211-226.
- Petković, S. (2019). *Menadžment kulturnih resursa u turizmu*. Univerzitet Singidunum.
- Radović, G. (2012). Prikaz knjige Ruralni turizam u Hrvatskoj s hrvatskim primerima dobre prakse i evropskim iskustvima, autora dr Demonje Damira, dr Ružić Pavla, *Agroekonomika*, 55.
- Richards, G. (1996). Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of tourism research*, 23(2), 261-283. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00063-1](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00063-1)
- Richards, G. (2003). What is Cultural Tourism? In A. van Maaren. *Erfgoed voor Toerisme, Nationaal Contact Monumenten, Amsterdam*.
- Richards, G., Goedhart, S., & Herrijgers, C. (2001). The cultural attraction distribution system. *Cultural attractions and European tourism*, 71-89.
- Todosijević, M. (2013). *Značajne ličnosti trsteničkog kraja*. Narodna biblioteka Jefimija.
- Štetić, S., Cvijanović, D., & Šimičević, D. (2014). *Posebni oblici turizma dunavskog regiona Srbije*. Institut za ekonomiku poljoprivrede.

Rad je primljen: 09.12.2019; Vraćen na korekciju: 29.01.2020; Prihvaćen za objavljivanje: 05.04.2020.

Received: 9 December, 2019; Sent for Revision: 21 January, 2020; Accepted: 5 April, 2020