

# РАД, СЛОБОДНО ВРЕМЕ И ТУРИЗАМ ИЗМЕЂУ ОТУЂЕНОСТИ И КРЕАТИВНОСТИ

## WORK, LEISURE TIME AND TOURISM BETWEEN ALIENATION AND CREATIVITY

Ђорђе Чомић \*

**РЕЗИМЕ:** *Рад, слободно време и туризам представљају три међусобно условљена феномена. Имајући то у виду, суцесивно се анализира сваки од њих, као и њихове међусобне везе. Рад се третира као друштвена нужност и у том контексту се испитују: отуђени рад, отуђени рад без свести о томе, рад као средство за задовољавање потрошачких страсти, рад као компензација и рад као бекство од слободе. Слободно време се посматра као средство за тражење смисла егзистенције и обухвата: дефинисање појма, везе између компоненти рада и понашања у слободном времену, структуру и активности. Најзад, туризам се анализира као аспирација ка креативности, па се у том смислу истражују: специфичности у односу на остале облике коришћења слободног времена (промена места, пејзажа, социјалног и културног окружења, као и садржаја и ритма свакодневне егзистенције), а посебна пажња се посвећује презентацији критичкој анализи концепта „креативног туризма“.*

**Кључне речи:** *рад, слободно време, отуђење, креативни туризам*

**ABSTRACT:** *Work, leisure and tourism represent three mutually conditioned phenomena. Bearing this in mind, we analyse each of them and their inter-relations successively. Work is treated as a social necessity, and in that context we study: alienated labour, alienated labour with no awareness of alienation, work as means of satisfying the consumer passion, work as compensation, and work as escape from freedom. Leisure time is viewed as means of searching for the meaning of one's existence, thus encompassing: defining the term, links between work components and behaviour in leisure, its structure and activities. Finally, tourism is observed as aspiring to creativity, and in that sense we examine: its specific features in relation to other forms of using one's leisure (change of place, landscape, social and cultural environment, as well as contents and rhythm of everyday existence), with particular attention given to a critical analysis of the concept of 'creative tourism'.*

**Key words:** *work, leisure time, alienation, creative tourism*

\* Универзитет у Новом Саду, Природно-математички факултет, Департман за географију, туризам и хотелијерство, Трг Доситеја Обрадовића 3, Нови Сад

## УВОД

Да би живео на овој планети, човек мора непрестано да ради како би трансформисао и прилагођавао природу својим потребама. Производни рад је неминовност у свим епохама и друштвено економским системима, и не може се укинути. Оно што се мења то су технике, средства за рад, продуктивност и дужина радног времена. Захваљујући усавршавању средстава за рад и повећању продуктивности, човечанство је у стању да све више производи, уз све мање напора и у све краћем времену. То значи да смањење радног времена има кроз историју тренд сталног опадања, док слободно време стално расте. Међутим, овај нужни производни рад за већину људи није креативан рад, већ је наметнут и отуђен, и као такав није извор задовољства и среће. Због тога се аспирације ка креативности премештају из сфере рада у домен слободног времена, у коме се траже смисао живота и срећа. Како је туризма важан део слободног времена испуњен специфичним садржајима, туристи пројектују своје незадовољене потребе и идеале, укључујући и неостварену потребу за креативношћу, на неке друге, непознате, далеке земље и места.

## БЕКСТВО ОД ОТУЂЕНОГ РАДА

Идеја о раду је у савременом друштву обезвређена. Све су бројнији они који су против оваквог рада и који желе његов нестанак и укидање. Иако је критика рада одувек постојала, одбијање рада узима последњих година (нарочито на Западу) такве размере које га чине једним од најзначајнијих феномена наше епохе. Рад више није на цени, он се све више избегава. Имајући то у виду, анализираћемо неке кључне карактеристике савременог рада:

**Отуђени рад.** Највећи број људи ради искључиво зато што је приморан на то, ради обезбеђења средстава за егзистенцију. Због тога се јавља природна аверзија према раду из чега прозилазе бројни психолошки и друштвени проблеми. Обавеза да се производи отуђује стваралачку страст. У индустријским друштвима која мешају рад и продуктивност, нужност да се производи у одувек била у супротности са жељом за стваралачким радом. Шта остаје од људске искре, то јест од могуће креативности од бића која се буде сваког јутра у 7 часова, труцкају се метроом, трамвајем или аутобусом до посла, а затим 8 сати раде заглашени буком машина и затупљени ритмом понављања истоветних гестова.

Имајући у виду да је човек приморан да ради, можемо рећи да се практично ради о «принудном раду» који, већ из саме чињенице што је такав, најчешће представља и отуђен рад чији је једини смисао плата на крају месеца или недеље. Човек се не реализује у таквој врсти принудног и отуђеног рада. Он је под диктатуром производног рада. Међутим, одређени друштвено политички системи, капитализам па и социјализам, стварају култ од рада у идеологији, а не у самом раду, јер је он по себи, као што смо констатовали, отуђен.

Рад може да прими бројне облике. Али остаје чињеница да је то принудни рад који је човек обавезан да обавља сваки дан и када нема жељу, на шта указују бројни примери: рачуновођа који осам сати дневно проводи за столом, радник који осам сати дневно само зашрафљује задњи леви мигавац на аутомобилу, возач композиције метроа који свакодневно, годинама, седи сам у кабини, великом брзином јури кроз мрачне тунеле и повремено се зауставља на метро станицама.

Због тога се јавља потпуно одбијање рада. Рад је отуђен, експлоатисан, не беру се плодови сопственог рада, не постоји свест о финалном производу, што све објашњава одбојност према раду. Људи су објекти у раду, јер не могу да изаберу шта ће да раде, када, како, на који начин. Они су потпуно спутани и све им је унапред одређено и прописано. Радници су практично биолошке машине, без икакве могућности да буду креативни. Алијенација, односно отуђење човека од рада, се манифестује кроз следеће, најважније аспекте:

- осећај немоћи, јер његово лично понашање нема утицаја на резултате којима тежи;
- одсуство смисла, неразумевање и не налажење смисла у актима и догађајима на којима је ангажован;
- отуђење од створених вредности које су раднику стране и изоловане од њега
- осећај да ради оно што не воли и што га не испуњава;
- одсуство реализације сопствене личности, с обзиром да рад ангажује само део способности човека;
- осећај спутаности, јер је све одређено, прописано, нормирано у простору и времену;
- осећај принуде и обавезе, која се не може прекинути по жељи и потреби већ опет строго, програмирано (викенд, празници, годишњи одмор);
- осећај монотоније због сталног, свакодневног понављања истог посла, истих покрета, итд.
- осећај сопствене безначајности, с обзиром да је радник сведен на биолошку машину која обавља испарцелисане, једноставне радње
- осећај тежине, психичког и физичког замора, итд.

Дакле, човек је најчешће отуђен од принудног, обавезног рада који му је наметнут, и главну «мотивацију» за рад он налази ван рада у надници, тј. плати коју прима како би себи обезбедио egzистенцију и омогућио задовољење потрошачких страсти, односно „ималачког модуса egzистенције“

**Отуђени рад без свести о томе.** Врхунац отуђења је, како сматрају поједини критичари, када радник налази задовољство у раду који је отуђен. Бројни радници и службеници су у периоду кризе и тешкоће око запошљавања срећни да нађу било какав посао и сматрају се привилегованим у односу на незапослене. Они често не осећају и немају свест о отуђености рада којим се баве. Њима је, без сумње, тако лакше да живе, али без развијања свести о отуђености рада, они неће бити у стању да предузму било шта да би то превазишли и укинули отуђење. Радник не сме бити држан у блаженом незнању и стварању култа отуђеног рада. Он мора бити свестан отуђеног рада, његове историјске и друштвене нужности, али и путева за његово превазилажење.

**Рад као средство за задовољење потрошачких потреба.** Како највећи број радника, произвођача, види основну мотивацију свога рада у надници, односно у количини материјалних добара коју новац може да им пружи, они теже да себи обезбеде што више тих материјалних добара (станови, аутомобили, фрижидери, телевизори, компјутери, клима уређаји, камере, мобилни телефони, одећа, путовања у иностранство, итд.). Значи, развијају се потрошачка глад и менталитет у „озлоглашеним потрошачким друштвима“ која гурају радника да све више ради, чиме он свесно жртвује своје слободно време отуђеном раду, ради потрошње. Како радник, као основни мотив рада има потрошњу, он се тиме он своди на две отуђене димензије: произвођач – потрошач. Просечан човек сатисфакцију за отуђени рад тражи у потрошњи, која се такође често јавља као отуђена. Куповина новог компјутера или аутомобила, односно култ техничких и електронских справа, али и других роба, представља облик компензације за ускраћеност у другим, много битнијим сферама живота. Међутим, потрошачка глад се може посматрати и као само једна фаза у развоју личности и друштва. Задовољењем материјалних потреба човек више почиње да цени слободно време у коме може у потпуности да се реализује и да тражи свој прави идентитет.

**Рад као компензација.** Отуђени рад, који за појединце може бити задовољство, нема узроке у самом раду наго ван њега. Бројни људи, чији је приватни живот монотон, незанимљив, анониман, усамљенички, значи у крајњој линији отуђен, траже компензацију у раду. На пример, за полицајца који је дошао из провинције у велики град, где нема пријатеља ни познаника, једино место на коме се потврђује је посао. Он ту има своје колеге полицајце са којима се дружи. Међутим, за њега ја најважнији осећај сопствене вредности, угледа, моћи и друштвеног значаја када обуче униформу и изађе на улицу. Без обзира што је његов посао отуђен, он нема

свест о томе, већ, напротив, осећа задовољство и моћ. Када је у униформи он је «неко», а без ње ја анонимна усамљена особа, дошљак без пријатеља. Своју отуђеност у приватном животу и слободном времену, он компензира отуђеним радом, немајући свест о отуђености. Бројни су и други примери компензационе функције рада у свим областима и занимањима.

**Рад као бекство од слободе.** Уколико слободно време схватимо као слободу, а рад као не-слободу, може се у вези са претходним извући закључак да је рад специфичан облик бекства од слободе. Наиме, многи људи не знају шта ће да раде у слободном времену. Они су у њему усамљени и отуђени. Не сналазе се, лутају, нема ко да им каже, пропише, нареди, да их упуте, као на послу. Они се не осећају сигурним када су слободни. Слобода је за њих бреме. Због тога налазе сигурност једино у раду, као облику неслободе у коме је све одређено, нормирано, предвидиво, сигурно.

Човекова несвесна жудња да се отараси слободе (слободног времена), да побегне од ње под окриље ауторитета као сигурне неслободе (фашизам, стаљинизам, црква, партија) тражећи у моћи изван себе своју изгубљену снагу и важност сопственог постојања. Све док је неко интегрални део света, каже Фром, он нема потребе да га се плаши. Када постане индивидуа, онда остаје сам, суочен са многобројним опасним и надмоћним аспектима света.

Слободни, креативни рад је рад који човек слободно одабира према својој жељи и склоностима, који ради са задовољством, у коме је у потпуности потврђен и реализује своју личност. Овај рад за човека има дубоког смисла, и јавља се осећај: љубави према раду, реализације сопствене личности, неспутаности и слободе, разноврсности и авантуре, сопственог значаја и јединствености као креативне личности, као и осећај лакоће при раду.

Данас су ретки професионални послови у којима се човек осећа слободно и креативно. То су, на пример, музичари, певачи, глумци, писци, сликари, научници и други ствараоци којима је професионални рад истовремено извор највећег задовољства и у коме се потпуно реализују као креативне личности. Према томе, за највећи број људи професионални рад је отуђен, а само за мањину он је неотуђен и креативан, односно смисао рада је у самом раду.

## ТРАЖЕЊЕ СМИСЛА СЛОБОДНОМ ВРЕМЕНУ

Поједини теоретичари стављају акценат на раду као циљу људских активности, из кога произлази одређивање сопственог идентитета и вредности. За друге, рад је «катастрофална догма», а слободно време је за главни извор идентитета и сопствене вредности, односно оквир у коме се реализује човек посредством буђења креативног потенцијала. Овај други став потврђују емпиријска истраживања која је извршио Димаздије. Наиме, 80% испитаних радника сматра де је посао који обављају незанимљив, а истовремено 77% показује интересовање за активности које нису везане за професионални рад. То практично значи да свега око 20 % људи верује да им је посао занимљив и да веће интересовање показују за рад него за слободно време (у овај проценат спадају они који су несвесни отуђености сопственог рада, као и они који из страха од слободе беже у рад).

По Фридману (Friedman) можемо разликовати ослобођено и слободно време (*temps libéré* и *temps libre*). Термин ослобођено време је шира категорија и употребљава се за целокупно слободно време ван рада. Слободно време је ужа категорија која треба да означи време које служи личности за слободно упражњавање одређених активности која ће јој омогућити одмор и разоноду. Под категоријом разоноде, доколице (*loisir*), он подразумева углавном избор и слободу. Појам слободног времена се код овог теоретичара, на изврстан начин, идентификује са доколицом.

Према Розмајеру (Rosenmayer), доколица је онај облик опуштања и разоноде који нуди нужну претпоставку за сопствену стваралачку способност, за критичну рецептивност или за једно и друго. Доколица као теоријски концепт обухвата: способност за квалификовано раз-

мишљање и за промишљени избор активности из потрошачке, информативне и културне понуде. Доколица схваћена на овај начин додирује како физичке, тако и психичке и социјалне домене личности. Она може да обухвати како телесне активности, тако и свесно, добровољно размишљање са намером да се Ја дистанцира од сопствених циљева. Према овој дефиницији доколица је одређено стање осећања сопствене слободе и лагодности које човек сам проживљава или га проживљава у контакту с другима.

За Каплана (Kaplan) свака активност може бити доколица. Она није карактерисана својим садржајем (врстом активности), већ односом који појединац има према одређеној активности. Доколица, у најбољем смислу речи, постаје начин да се човек обнови, да се развије, да упозна самог себе и да се оствари.

Димаздије (Dumazdier) је дао следећу дефиницију појма доколице: «Слободно време је скуп занимања којима се јединка може посветити, било да се одмори, било да се разоноди, било да развије своје драговољно друштвено учешће, своје информисање или своје накнадно образовање, пошто се ослободила свих професионалних, породичних или друштвених обавеза.». У доживљеној стварности слободно време се дефинише не само у односу на професионалне обавезе, већ исто тако и у односу на друге обавезе, породичне или друштвене. Рад је споменут у 60 % одговора анкете. Али у 40 % одговора слободно време је стављено у однос према другим обавезама, кућним, породичним, грађанским, духовним, итд. Може се тврдити да доживљена структура свакодневног живота није биполарна, већ трипартитна: поред рада у животу ван рада треба разликовати друге обавезе и слободно време.

Имајући то у виду, слободно време се дели на обавезе и доколицу.

Према истраживањима које је извршио UNESCO, слободно време се може оперативнио дефинисати као онај сегмент елементарног буџета времена, време од 24 часа које остаје по одбитку:

- **Радног времена** (нормално радно време, допунско радно време, време нерада на радном месту и време доласка и повратка с посла).
- **Време психо-физичких потреба** (лична нега, сан, храна)
- **Време обављања кућних послова** ( спремање хране, чишћење, прање веша, одржавање, грејање, башта, животиње)
- **Време осталих обавеза** (брига о деци, разни ситни послови)

Слободно време можемо распоредити на следећи начин, односно на следеће активности:

- физичке активности (шетња, спорт, рекреација)
- практичне активности (хоби, баштованство, гајење птица и слично);
- уметничке активности (позоришта, концерти, изложбе, биоскопи, музика, литература);
- интелектуалне активности (читање литерарних, политичких, социјалних, биографских, есејистичких и научних дела);
- друштвене активности (скупови, породичне забаве, добровољна друштва, удружења и слично).

На избор садржаја, односно активности којима ће бити испуњено слободно време, у значајној мери утичу и особине рада којима се појединац бави. Наиме, појам рада сачињавају различите компоненте, а индивидуа може бити мање или више везана за неку од њих. У овом контексту неопходно је проверити да ли и како поједине компоненте рада и утичу на понашање у слободном времену:

- дужина рада, да ли дужина рада утиче на избор садржаја слободног времена;
- врста умора (физички и психички) и њихов утицај на избор активности слободног времена;
- врста рада (индустријски радници, трговински радници, службеници, интелектуалци, итд.) и утицај на понашање у слободном времену;

- интересовање за рад, утицај који на слободно време имају интересантан или неинтересантан рад;
- задовољство у раду, како степен задовољства у раду утиче на слободно време.

Дакле, рад је нужност за већину људи, и то управо отуђени рад. Како је тешко сагледиво како и када, и да ли ће човек уопште успети да укине рад као обавезу, односно да ли ће икада омогућити свакоме да ради шта жели како не би био отуђен, поставља се питање шта се може сада урадити како би се олакшала ситуација. Узроке отуђења, међутим, не треба тражити само у раду, већ и у читавом друштву, начину живота и међуљудским односима. Због тога се не поставља само питање отуђеног рада, већ и отуђене егзистенције, одсуства „правог живота“, односно протицање „живот без живота“. Имајући то у виду, оно што може сада да се учини није квалитативна промена рада, већ његова квантитативна промена, односно скраћење радног времена као неслободе и отуђења, уз повећање слободног времена као потенцијалног домена слободе. У којој мери је и само слободно време заиста слободно и неотуђено, представља посебан проблем, али досадашња искуства указују да је ипак лакше наћи задовољство и смисао у садржајима слободног времена него у раду, чему велики допринос дају индустрија забаве, медији и туризам.

## ТУРИЗАМ – АСПИРАЦИЈА КА КРЕТИВНОСТИ

Део укупног расположивог слободног времена људи све више користе за туризам, односно туристичка путовања. Она нису само средство за задовољавање одређених потреба изван места пребивалишта, већ представљају и последицу високих аспирацијама одређених категорија путника ка вредностима и идеалима. Туризам, такође, има одређене специфичности у односу на остале облике коришћења слободног времена, које произлазе из самог карактера туризма:

**Промена места**, односно привремено напуштање места пребивалишта и повратак у њега. То значи да се слободно време намењено туризму одвија изван куће, често и веома далеко од сталног места становања. На овај начин долази до „ослобађања од места“, што са собом повлачи и друге облике промена и ослобађања.

**Промена пејзажа**. Промена места значи аутоматски и промену просторног окружења, односно промену његове видљиве димензије – пејзажа. С обзиром де је емпиријски утврђено да је визуелна димензија путовања најважнија, то значи да другачији пејзаж представља један од главних туристичких мотива.

**Промена социјалног окружења**. Путовање омогућава напуштање уобичајеног социјалног окружења у месту пребивалишта ( суседи, колеге, познаници, пријатељи, чланови породице, итд.) и упознавање нових, другачијих људи, било да се ради о сапутницима у групи (сународници) или о странцима (локално становништво и други страни туристи на одабраном одређишту).

**Промена културног окружења**. Пропорционално удаљавању од места пребивалишта, расте и културна различитост, односно расте степен „егзотичности“ што увећава интензитет привлачности туристичког одређишта за путнике. Међутим, истовремено расте и могућност „међукултурних неспоразума“ у контексту процеса акултурације (културни шок, предрасуде, стереотипи, сукоби).

**Промена садржаја и ритма свакодневне егзистенције**. Туристи очекују да живот током путовања буде „другачији, интензивнији и пријатнији од свакодневнице код куће“. То практично значи да туристичка егзистенција мора бити испуњена занимљивим, пријатним и узбудљивим садржајима, који ће испунити висока очекивања и уложени новац. Због тога се носиоци туристичке понуде труде да перманентно производе нове туристичке просторе и атракције, односно догађаје и доживљаје.

Дакле, слободно време намењено туризму се може прилично јасно диференцирати од осталих облика слободног времена. Међутим, у овом контексту се поставља и питање да ли постоји неки заједнички циљ ка коме конвергирају слободно време проведено код куће и оно проведено далеко од ње. Француски теоретичар слободног времена Димаздије (Dumazedier, 1974) истиче три кључне психо-социјалне функције слободног времена:

**Опуштање** се испољава у оспособљавању за рад. Без одмора од физичког и психичког замора не могу бити реализовани садржаји слободног времена. Опуштање значи истовремено одмор и ослобађање од физичког замора, од психолошке напетости на послу као и стреса свакодневног живота који произлазе из бројних обавеза које сваки појединац има.

**Забава** је функција која ослобађа од досаде. Забава употпуњује опуштање, она му даје динамичнији садржај. Наиме, рад и свакодневна егзистенције не изазивају само замор већ и досаду, која је последица рутине, понављања и монотоније. Због тога сви облици забаве добијају значај у савременом друштву. Посредством забаве омогућава се прекид монотоне свакодневнице, долази до скретања пажње на друге садржаје. Она омогућава привремени прекид, заборав, бекство од свакодневнице и тражење добробити и ужитка. Осећати се добро и живети у складу са сопственом природом то је главни циљ хедонизма. Принцип задовољства, који је вековима био потискиван од стране принципа рада, у савременим развијеним друштвима постаје све значајнији на индивидуалном и колективном плану. Хедонизам потискује аскетизам. У контексту забаве налази се и игра која има ослобађајућу, компензациону, регресивну и друге димензије. Игра, као синоним забаве, представља једну од главних функција забаве. Њене основне карактеристике су: бекство од свакодневне, такмичарске егзистенције; ослобођење од тензија у другачијем свету забаве чија се правила познају и прихватају; начин да се поиграва са стварношћу трансформишући је у спектакл у коме појединац вуче konce, за разлику од реалне егзистенције у којој неко други (систем) вуче konce.

**Развој личности** ослобађа од навика које теже да кретање, понашање и свакодневне идеје ограниче на стереотипе и клишее. Он омогућава шире, слободније друштвено учешће и несобичну негу духа и тела, као и слободно употпуњавање афективних или интелектуалних знања, неговање способности стечених у младости. Све три функције су узајамно повезане и прожимају се у одређеним ситуацијама. Неке од њих испољавају прекоћ над другим функцијама. Димаздијеова концепција слободног времена дала је основу за емпиријска истраживања и постављање операционалних дефиниција.

Без умањивања значаја прве две функције, задржаћемо се на последњој функцији, коју и сам аутор третира као најважнију. Развој личности је веома амбициозан заједнички циљ ка коме конвергирају слободно време и туризам. Истовремено то је најтежи, и најмање заступљен циљ у односу на претходне два, која је знатно лакше остварити. Релативно мали број људи има високе аспирације, жеље и способности да своје активности током слободног времена усмери ка интелектуалном, уметничком и духовном развоју. Ова функција треба да утиче на проширење поља интересовања људи изван баналности свакодневице и уског поља професионалног рада, на све оно што их окружује. Она захтева активно учешће појединца, како би у слободном времену успео да пробуди и развије све своје „генеричке способности“ од којих је отуђен током рада који има редуктивни карактер и води интелектуалној атрофији. Најбољи начин да се оствари функција развоја је, како истиче Димаздије, „креативно слободно време“, јер оно у највећој мери доприноси интензитету задовољства и развоју личности. Потреба за креативношћу се, међутим, у пракси често меша са сазнајном потребом, што се јавља и код појединих теоретичара.

Тридесет година после Димаздијеа, Рејмонд (Raymond, 2004) је конципирао и лансирао појам „креативног туризма“. Како сам каже, инспирацију је добио по повратку старије ћерке са путовања која је у Тајланду научила тајландску масажу и вегетаријанску кухињу. Питао се како да дефинише овај велики, амбициозни термин, шта он треба да значи? Одлучио се за следећу дефиницију креативног туризма: „Туризам који посетиоцима нуди прилику да развију сопствени креативни потенцијал кроз активно учешће у курсевима за стицање знања која су ка-

рактеристична за туристичку дестинацију на којој се борави „ Рејмондова инспирација везана за путовања његове ћерке, као и сама дефиниција, мешају појам сазнања и креативности, односно аутор стицање знања и вештина изједначава са креативношћу, што је неодрживо, иако стицање нових знања може (али не мора) подстаћи креативни процес.

Присталице и настављачи идеје креативног туризма истичу да главни извор незадовољства конзумента културног туризма лежи у одсуству учествовања и укључивања, као и у стандардизованим производима. Имајући то у виду, понуђачи теже да креирају разноврсније производе који омогућавају и веће, активно учешће туриста, што је предуслов за њихов креативни однос према свету. Један од главних подстицаја за креативни туризам је потреба за сопственим развојем, односно тежња за трансформацијом сопствене личности ка неком идеалном Ја, што обухвата и развој креативности. Креативни туризам није везан за „материјалне сувенире“ већ за „менталне сувенире“.

На крају, неопходно је још једном подвући потребу да се јасније дефинише креативни туризам, како би се он јасно разликовао од спознајног туризма. Ако под креативношћу подразумевамо стварање нечег новог, аутентичног и оригиналног, а не акумулацију и систематизацију стеченог знања на путовањима, онда се поставља питање преиспитивања концепта креативног туризма. Кључни појам је, наравно, *креативност*, односно питање да ли и како туристичка путовања могу да утичу на развој креативности код туриста. Ако је туриста на путовању научио да припрема локална јела, да помало говори локални језик, да познаје традиционалну уметност, да опрема стан сувенирима и предметима купљеним на путовању, итд., то још увек није креативност. Међутим, уколико под утицајем путовања туриста почне да пише песме или путописе, уколико почне из хобија да се бави сликарством, или уколико сам крене да се бави креативном гастрономијом, односно да сам ствара нова јела и специјалитете, онда се може говорити о креативности. Трансформација сопствене личности у физичком, интелектуалном и духовном смислу се такође може третирати као један од виших облика креативности.

## ЗАКЉУЧАК

Дакле, као што сваки појединац током сопствене егзистенције осцилира између добра и зла, истине и неистине, слободе и неслободе, тако осцилира између отуђености и креативности. У свакој активности човек тражи смисао, односно има аспирације ка остварењу одређених вредности и идеала. Бекство од отуђености и стална потрага за креативношћу, пројектују се и на рад, слободно време и туризам. Креативност је заједнички именован, крајњи циљ ка коме конвергирају ове три врсте активности. Креативност је кључна и велика реч, далеки високи циљ који постаје све популарнији међу образованим слојевима становништва, захваљујући масовним медијима и славним креативним личностима (писци, сликари, певачи, глумци, научници, кувари, итд.). Наравно, креативност се често злоупотребљава у комерцијалне сврхе, користи се као „магична реч“ која привлачи људе. Нажалост често се ради о „празној речи“, јер се иза великих обећања организатора путовања не налази ништа, шуља фраза без садржаја. Најзад, култ стваралаштва ипак не тангира све људе и туристе, јер већина нема високе аспирације, незаинтересована је за интелектуалне активности и било какве менталне напоре, а уз то имају ироничан, постмодерни однос према хуманистичким вредностима и великој нарацији класичне културе. Имајући у виду наведено, амбициозни концепт креативног туризма не треба примити „здрово за готово“, односно нужно је задржати критичку дистанцу, а не упасти у еуфоричну апологију овог звучног термина.



## ЛИТЕРАТУРА

- Boyer, M. (1972) *Le tourisme*, Editions du Seuil, Paris
- Dumazedier, J. (1962) *Vers une civilisation de loisir?* Editions du Seuil, Paris
- Crispin, R. (2004) *Creative tourism – from concept to reality*, ATLAS, Arnhem
- Smith, M. (2005) *Tourism, culture and regeneration – differentiation through creativity*, ATLAS, Arnhem
- Richards, G. (2005) *Creativity – A strategic resource for tourism*, ATLAS, Arnhem
- Sue, R. (1980), *Le loisir*, PUF, Paris
- Nash, J.B. (1953) *Philosophy of recreation and leisure*, Mosby, St. Luis
- Martinić, T. (1977) *Slobodno vrijeme i suvremeno društvo*, Informator, Zagreb
- Viard, J. (1984) *Penser les vacances*, Actes Sud, Nyssen, Paris